



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

Rapport d'activité 2023



SOMMAIRE

PAGE

- 4** **01. ATOUT FRANCE**
L'Agence de développement touristique de la France
- 6** **02. RÉTROSPECTIVE**
Éléments clés de l'année 2023
- 7** **03. ZOOM**
Retour sur l'activité d'Atout France en 2023
- 8** **04. MOBILISER LE COLLECTIF**
Une feuille de route partagée pour une efficacité optimisée
- 10** **05. ÉCLAIRER**
Anticiper, piloter et mesurer la performance via la donnée
- 12** **06. TRANSFORMER**
Accélérer la transition vers un tourisme plus durable
- 14** **07. TRANSFORMER**
Innover pour rester compétitifs et attractifs
- 15** **08. TRANSFORMER**
Optimiser la qualité de l'expérience voyageur
- 16** **09. TRANSFORMER / FAIRE RAYONNER**
Soutenir les filières grâce à des actions sur mesure
- 18** **10. FAIRE RAYONNER**
Capitaliser sur les grands événements
pour renforcer l'attractivité de la destination France
- 20** **11. FAIRE RAYONNER**
Séduire et fidéliser avec la campagne internationale #ExploreFrance
- 21** **12. FAIRE RAYONNER**
Consolider le retour des marchés long-courriers
- 22** **13. FAIRE RAYONNER**
Déployer la marque Explore France et gagner en influence via les médias numériques
- 23** **14. S'ADAPTER ET SE TRANSFORMER**
Pour mener à bien les missions dans un cadre de travail adapté



Avec plus de 63 milliards d'euros de recettes touristiques internationales, 2023 a véritablement marqué un tournant pour le tourisme français, après les années difficiles que nous avons traversées ensemble. Ce résultat exceptionnel, qui établit un nouveau record, témoigne en effet du grand retour des voyageurs internationaux en France, même si certains marchés, notamment asiatiques, n'ont pas encore retrouvé leur plein potentiel.

Une réussite dont les acteurs du secteur peuvent être fiers, eux qui s'emploient au quotidien à faire de notre pays une destination de référence en termes de qualité et d'innovation, mais également en matière de durabilité et d'inclusivité.

En début d'année, lors du Sommet Destination France qui s'est tenu à Chantilly, le président de la République a eu l'occasion de rappeler le caractère stratégique de l'industrie touristique pour la France, qui devrait accueillir près de 100 millions de voyageurs internationaux en 2023 selon les estimations d'Atout France, et réitéré son ambition de faire du pays la première destination durable d'ici 2030.

Une ambition qui anime les équipes d'Atout France, qui multiplient les initiatives, en collaboration étroite avec les professionnels du secteur, pour développer et promouvoir des expériences touristiques responsables, notamment à l'occasion des grands événements que nous organisons en France.

En effet, les célébrations des 80 ans du débarquement en Normandie, le 150^e anniversaire du mouvement impressionniste, le XIX^e Sommet de la Francophonie, la réouverture tant attendue de Notre-Dame, et bien sûr, les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 sont autant d'occasions de faire rayonner les fondamentaux du tourisme en France : art de vivre & convivialité, culture, patrimoine & savoir-faire, paysages grandioses & espaces préservés...

Au terme de ces 5 ans, c'est fort du travail entrepris pour adapter les services de l'Agence aux enjeux actuels du secteur, fort du renforcement du collectif de travail que nous formons avec nos partenaires et des résultats obtenus par les équipes, qu'Atout France va pouvoir poursuivre sa transformation et répondre à de nouveaux défis, au service du tourisme français.

Christian Mantei
Président du Conseil d'administration

Caroline Leboucher
Directrice générale exécutive

01. ATOUT FRANCE

L'Agence de développement touristique de la France

Atout France contribue à renforcer l'attractivité et la compétitivité de la destination France et se mobilise pour en faire une référence mondiale en matière de tourisme durable d'ici 2030.

Au cœur de l'écosystème touristique, Atout France, l'opérateur de l'État pour le développement touristique, contribue à cultiver et valoriser la qualité et la diversité touristique de la destination France afin d'être en mesure d'offrir, à chaque voyageur, une expérience de séjour unique, répondant à ses besoins et aspirations propres.

Grâce à son fonctionnement partenarial unique fédérant plus de 1 200 acteurs du tourisme, à la fois publics et privés, à l'engagement de ses équipes présentes en France et à l'international, c'est tout un collectif qu'Atout France mobilise autour d'une feuille de route ambitieuse pour le secteur : accélérer la transformation du tourisme français vers des modèles plus qualitatifs, durables, innovants et inclusifs.

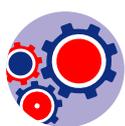
Pour ce faire, Atout France développe différents champs d'expertise qu'elle met au service des professionnels français et des voyageurs.

« Nous développons, avec les acteurs du tourisme français et internationaux, les expériences touristiques des voyageurs pour aujourd'hui et pour demain. »



OBSERVATION

Des dispositifs de veille, d'observation et de prospective permettant aux acteurs du tourisme français d'anticiper les tendances et d'adapter leur offre et leur stratégie de développement.



INGÉNIERIE

Un accompagnement expert pour concrétiser les projets de création d'offres touristiques durables ou de transformations / réhabilitations.



PROFESSIONNALISATION

Des formations, conférences et outils permettant aux professionnels de renforcer leurs connaissances et compétences.



INNOVATION

Aide au déploiement de solutions innovantes participant à renforcer la compétitivité des offres touristiques françaises tout en favorisant une expérience client réussie.



QUALITÉ

Classement des hébergements touristiques, immatriculation des opérateurs de voyages, labels, autant de dispositifs visant à optimiser la satisfaction des voyageurs et à valoriser la qualité de l'offre.



PROMOTION

Élaboration de stratégies marketing avec les partenaires du GIE, actions de communication et d'influence ciblées, conseils experts et connaissance des marchés pour renforcer le rayonnement et la commercialisation de l'offre des destinations françaises, en France et à l'international.



Chiffres clés

L'ACTIVITÉ D'ATOUT FRANCE EN 2023

1 181 OPÉRATIONS DE PROMOTION à l'attention...

DU GRAND PUBLIC

- 490** CAMPAGNES de COMMUNICATION
- 47** ÉVÉNEMENTS dont **13** en FORMAT DIGITAL



DES MÉDIAS ET INFLUENCEURS INTERNATIONAUX

- 186** ÉVÉNEMENTS et CONFÉRENCES DE PRESSE dont **24** EN LIGNE
- 875** INFLUENCEURS et JOURNALISTES accueillis en France



DES PROFESSIONNELS INTERNATIONAUX [LOISIRS ET AFFAIRES]

- 34** SALONS en France et à l'international [participation ou organisation]
- 288** ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS [démarchage, workshops]
- 124** FORMATIONS, **7 110** AGENTS / TOUR-OPÉRATEURS formés
- 2 809** PROFESSIONNELS accueillis en France



DES PROFESSIONNELS FRANÇAIS

- 47** ÉVÉNEMENTS [webinaires, formations, ...]



INGÉNIERIE

- 170** PROJETS bénéficiant d'une dotation dans le cadre de **11** AMIs*
- 12** MILLIONS D'EUROS DE SUBVENTIONS engagés pour appuyer le montage de projets durables
- 33** EXPÉRIMENTATIONS TERRITORIALES liées à l'innovation s'appuyant sur des startups et bénéficiant de...
- 750 000** EUROS de crédits d'ingénierie
- 194** PROJETS ACCOMPAGNÉS dans le cadre du dispositif France Tourisme Ingénierie



PROFESSIONNALISATION

- 44** VIDÉOS « Bienvenue en France » créées pour la Coupe du monde de Rugby 2023
- 400** DISTRIBUTEURS internationaux certifiés suite à la concrétisation de leur parcours en e-learning « France, référence mondiale du tourisme durable »



INVESTISSEMENT

- 200** PARTICIPANTS au Sommet « Destination France » [Chantilly, le 11 janvier 2024]



* Appels à manifestation d'intérêt

02. RÉTROSPECTIVE

Éléments clés de l'année 2023



Chiffres clés 2023 DU TOURISME EN FRANCE



63,5 MILLIARDS D'EUROS
de recettes internationales

+12% par rapport à 2022 et 2019

Source : Banque de France



ENTRE
95 et **100** MILLIONS D'ARRIVÉES
internationales

93 MILLIONS D'ARRIVÉES
en 2022 selon l'INSEE

Source : Estimations Atout France



18,6 MILLIARDS D'EUROS
de solde du poste voyage
de la balance des paiements,
un record quasi-historique

Source : Banque de France



74% DES FRANÇAIS considèrent
que le tourisme a autant ou plus
de conséquences positives que
négatives sur leur lieu d'habitation.

Source : Atout France - Enquête TravelSat Resident sentiment Index -
TCI Research, 2023.

L'année 2023 a confirmé le rebond du tourisme français opéré en 2022.

Le marché domestique a été solide, même si les dépenses des Français ont augmenté avec les reprises des départs à l'international, et les clientèles internationales ont été au rendez-vous, en particulier les Américains, les Belges et les Britanniques. Les clientèles asiatiques étaient toujours en net repli mais la fréquentation s'est significativement améliorée pour les Japonais et les Indiens notamment.

La période hivernale a connu une bonne dynamique. Le printemps a été exceptionnel et l'été qui a démarré doucement a été rattrapé par de bonnes performances en août et septembre. À noter que l'arrière-saison a bénéficié de l'effet Coupe du monde de Rugby [8 septembre - 28 octobre] et de la bonne reprise du secteur MICE.

Les recettes du tourisme international se sont élevées à 63,5 milliards d'euros sur l'ensemble de l'année 2023, soit un niveau supérieur à ceux de 2019 [+14%] et de 2022 [+12%].

Le retour des clientèles de proximité [+37% pour les Belges, +28% pour les Néerlandais, +23% pour les Suisses et +20% pour les Britanniques par rapport à 2019] confirme l'attrait des clientèles pour la destination France. Le retour en force des Américains a également été notable [+52% par rapport à 2019] et la progression par rapport à 2022 l'est tout autant pour les clientèles asiatiques [+70% pour le Japon et +30% pour la Chine].

Par ailleurs, le solde du Poste Voyages de la balance des paiements a atteint un nouveau record, à 18,1 milliards d'euros. Les dépenses des Français à l'étranger sont revenues à leur niveau de 2019.

Au regard des informations récentes mentionnées par l'INSEE concernant la fréquentation internationale de la France en 2022, autour de 93 millions de visiteurs étrangers, Atout France estime que leur fréquentation s'approche de 100 millions en 2023.

Retour sur l'activité d'Atout France en 2023

En 2023, les équipes d'Atout France ont mis toute leur énergie à consolider la reprise de l'activité amorcée au printemps 2022, tout en poursuivant la mise en œuvre des mesures engagées dans le cadre du plan Destination France pour maintenir le leadership de la destination et en faire une référence en matière de tourisme durable.

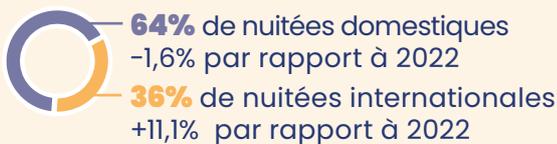


Chiffres clés 2023 DU TOURISME EN FRANCE



212,8 MILLIONS DE NUITÉES
dans l'hôtellerie

+2,6% PAR RAPPORT À 2022

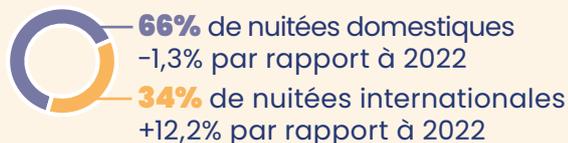


Source : INSEE



143 MILLIONS DE NUITÉES
dans l'hôtellerie de plein air

+3% PAR RAPPORT À 2022



Source : France Tourisme Observation



51% DE TAUX D'OCCUPATION
moyen dans la location entre
particuliers

+16% DE CAPACITÉ DE L'OFFRE
à la location par rapport à 2022

Source : AirDNA

Elles se sont pour ce faire appuyées sur les 3 axes de la feuille de route stratégique 2022/2024 d'Atout France :

- 1 ÉVALUER**
Utiliser les données pour éclairer, anticiper, piloter et mesurer la performance ;
- 2 TRANSFORMER**
Accompagner l'économie touristique vers des modèles plus compétitifs, durables, qualitatifs, innovants et inclusifs ;
- 3 FAIRE RAYONNER**
Développer l'attractivité de la destination France en s'appuyant notamment sur les grands événements sportifs internationaux organisés en France en 2023 et 2024.

Ainsi, France Tourisme Observation, le data hub du tourisme français, a consolidé le socle de ses partenaires utilisateurs et a été enrichi de nouveaux modules de veille. Afin de répondre aux enjeux de durabilité, d'innovation, de modernisation de l'offre touristique, l'Agence a poursuivi le déploiement du dispositif France Tourisme Ingénierie et a également lancé plusieurs appels à manifestation d'intérêt dont les lauréats sont actuellement accompagnés pour concrétiser leurs projets.

En matière de promotion, les nombreuses actions menées à l'international pour la valorisation des Championnats du monde de ski alpin ou la Coupe du monde de Rugby que la France a organisé l'an passé ont permis de mettre un coup de projecteur sur la qualité et la diversité des expériences à vivre en France autour de ces événements d'envergure. La 3^e édition de la campagne Explore France menée en collaboration avec 13 Comités régionaux de tourisme et une trentaine d'entreprises a par ailleurs connu un vif succès, valorisant une découverte toujours plus durable des destinations françaises.

Enfin, afin de se projeter vers l'avenir et mobiliser les acteurs du secteur dans la construction des modèles touristiques les plus souhaitables pour la destination, Atout France a mené des travaux de prospective, #Horizons2040, qui ont été présentés aux acteurs du tourisme en fin d'année.

En janvier 2024, les équipes d'Atout France ont pris une part active dans l'organisation du Sommet Destination France visant à encourager les investissements internationaux dans le tourisme français.



04. MOBILISER LE COLLECTIF

Une feuille de route partagée pour une efficacité optimisée

En 2023, Atout France a une nouvelle fois pu s'appuyer sur la force de sa dynamique partenariale pour répondre aux défis de transformation du secteur et proposer aux visiteurs internationaux des expériences de voyages toujours plus inoubliables en France. Travaux collaboratifs et nouveaux partenariats se sont ainsi multipliés.

1200 acteurs du tourisme partenaires

1207 professionnels du tourisme ont choisi de faire confiance à Atout France en 2023 pour les accompagner dans le développement de leur activité. Leur diversité reflète l'importance et la richesse du secteur : hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de destination, de sites patrimoniaux, culturels ou de divertissements, transporteurs... Ils sont à 67% des acteurs privés du tourisme et à 33% des acteurs institutionnels et publics.

Des partenariats stratégiques

L'année 2023 a également été l'occasion pour Atout France de tisser des liens encore plus étroits avec des partenaires clés. Ainsi, l'Agence a signé avec SNCF Connect une convention de partenariat visant à engager des actions de promotion conjointes encourageant les déplacements en France et vers l'Hexagone via des modes de transports moins émetteurs de CO².

Une lettre d'intention a par ailleurs été signée avec Les Entreprises du Voyage et France DMC Alliance afin de mieux faire connaître les opérateurs de voyages réceptifs français et l'offre qu'ils proposent aux tour-opérateurs internationaux.

Ces 2 contrats s'inscrivent dans le contexte des contrats cadres proposés par Atout France à chaque Région. En février 2023, Atout France a d'ailleurs signé le Contrat cadre et d'internationalisation Nouvelle-Calédonie avec le Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie, la Province des Iles Loyauté et la Province Sud afin de faire rayonner l'archipel, auprès de ses marchés internationaux prioritaires : l'Australie, la Nouvelle-Zélande, la France métropolitaine, le Japon et Singapour.

Les 9 contrats cadres aujourd'hui signés avec les Régions de métropole ont permis de mettre en œuvre des actions de promotion pour plus de 30 marques de destinations en 2023. Ainsi, environ 150 campagnes ont été réalisées conjointement, dont 90% dans le cadre de la campagne internationale #ExploreFrance.

8 Pôles dédiés aux territoires et filières pour collectivement accélérer la transition durable

Atout France contribue au développement touristique durable en mobilisant ses ressources en concertation avec des collectifs d'acteurs réunis au sein de ses « Pôles territoires & filières ». Les 8 pôles existants constituent des lieux d'échanges et de concertation privilégiés pour concevoir et mettre en œuvre des actions collectives favorisant la transformation durable de l'offre et permettant de stimuler les marchés internationaux. Les démarches conduites sont articulées avec les Contrats de destination, les démarches de promotion collective #ExploreFrance et les programmes d'ingénierie du GIE associés aux plans Destination France et Avenir Montagnes.



◀ Anne Pruvot et Caroline Leboucher signent la convention entre SNCF Connect et Atout France



Signature d'une lettre d'intention entre Caroline Leboucher et Valérie Boned [EDV] ▶

Renforcer l'efficacité collective par la contractualisation avec les territoires

En 2023, la politique de contractualisation d'Atout France avec les Régions s'est poursuivie et enrichie avec la signature de 2 nouveaux contrats « Vallée de la Dordogne » et « Sud-Ouest ».

Avec le contrat de destination « Vallée de la Dordogne / Dordogne Valley », Atout France accompagne les acteurs du tourisme de Nouvelle-Aquitaine et d'Occitanie afin de mieux valoriser la destination auprès des clientèles britanniques, néerlandaises et belges. Le contrat de territoire Sud-Ouest vise quant à lui à promouvoir un slow tourisme authentique et gourmand dans les départements du Gers, du Tarn-et-Garonne et du Lot-et-Garonne.

En 2023, l'intelligence économique a été renforcée avec la réalisation pour Atout France de 2 études d'image [Harris Interactive et Yougov] évaluant la position de la France et de ses destinations, comparée aux offres concurrentes en Europe. Le Pôle Tourisme en ville a renforcé les indicateurs proposés sur l'interface City Trends de France Tourisme Observation, le Pôle Littoral a réactualisé les chiffres clés de la croisière.

Au mois de septembre s'est tenue la 3^e édition du Comité Stratégique du Tourisme en Outre-Mer co-organisée par la Direction Générale des Outre-mer et Atout France et lors desquelles a été présenté le Tableau de bord du tourisme en outre-mer conçu par le Pôle.

Concernant l'accompagnement vers plus de durabilité, les membres du Pôle Campagnes ont créé et mis à disposition des destinations rurales, un parcours digital valorisant les solutions innovantes et bonnes pratiques proposées par les collectivités, les startups ou les opérateurs touristiques afin de faciliter les mobilités durables au sein de leur territoire.

La promotion a également constitué un axe fort de chaque pôle avec en particulier une programmation ambitieuse en partenariat avec France Montagnes pour appuyer le rebond de la saison hivernale et renforcer la fréquentation estivale.

Le Pôle « Culture, Patrimoine et Art de Vivre » a lancé aux côtés du Groupe Beaux Arts & Cie une campagne de notoriété, de médiatisation et de médiation culturelle pour promouvoir les structures patrimoniales françaises. Une série de 12 vidéos conçues telles des visites guidées *in-situ* et commentées par une guide conférencière met en lumière les coulisses des institutions et lieux culturels partenaires de l'opération.

Côté tourisme d'affaires, la première édition d'un voyage d'étude a conduit une délégation de professionnels français à Göteborg et à Copenhague afin de pouvoir s'inspirer des dispositifs déployés par ces destinations en matière de développement durable et d'échanger avec les experts locaux sur leur façon d'appréhender les enjeux actuels pour le secteur MICE.

TOURISME D'AFFAIRES

Voyage d'étude de professionnels français à Göteborg et à Copenhague



LES 8 PÔLES TERRITOIRES & FILIÈRES ET LEUR PRÉSIDENT[E]

Experts du secteur et professionnels engagés, les président[e]s des pôles assurent la gouvernance de ces lieux d'échanges et apportent leur vision du secteur au bénéfice des actions menées.

■ PÔLE CULTURE, PATRIMOINE ET ART DE VIVRE

Présidente : Amélie SIMIER, Directrice du musée Rodin ;

■ PÔLE ŒNOTOURISME ET GASTRONOMIE

Président : Ludovic WALBAUM,, Vice-président des vignerons indépendants et référent au CNIV ;

■ PÔLE TOURISME D'AFFAIRES

Présidente : Béatrice CUIF-MATHIEU, Directrice générale de Destination Nancy et Co-présidente de l'Unimev ;

■ PÔLE TOURISME URBAIN

Présidente : Virginie CARTON, Directrice générale d'OnlyLyon tourisme et congrès ;

■ PÔLE CAMPAGNES

Présidente : Sophie OLLIER DAUMAS, Directrice générale de Bourgogne-Franche-Comté tourisme ;

■ PÔLE MER ET LITTORAUX

Présidente : Geneviève FONTAINE, Directrice générale de Biarritz Tourisme

■ PÔLE OUTRE-MER

Présidente : Isabelle RICHARD, Sous Directrice des politiques publiques à la Direction générale des Outre-mer ;

■ PÔLE MONTAGNES

Président : Jean-Luc BOCH, Maire de La Plagne Tarentaise, Président de l'ANMSM, et de France Montagnes.

La professionnalisation s'est traduite par de nombreuses actions partenariales : la poursuite des formations à la maîtrise des déchets en partenariat avec *Mountain Riders* à destination des acteurs de la montagne, le développement de webinaires innovation permettant à des startups de faire des pitches en ligne pour valoriser leurs solutions innovantes et faciliter les interfaces avec les territoires bénéficiant d'ores et déjà de ces technologies, ou l'organisation de learning expéditions [Ex : Voyage d'étude au Portugal dans le cadre du Pôle Œnotourisme] ou de séminaires avec des experts thématiques [Pôle Culture/patrimoine]. Les échanges entre membres de chaque pôle autour de sujets très concrets ont constitué l'ADN des pôles à l'image du Pôle tourisme en ville qui a initié en 2023 un nouveau concept : les cafés du pôle.

05.ÉCLAIRER

Anticiper, piloter et mesurer la performance via la donnée

Afin de répondre aux besoins d'éclairage des professionnels, Atout France a intensifié en 2023 son activité d'observation et de veille.

France Tourisme Observation, le data hub du tourisme français

France Tourisme Observation compte aujourd'hui près de 200 utilisateurs et met à leur disposition une importante sélection de données permettant de suivre l'activité conjoncturelle du secteur mais également différents observatoires thématiques.

→ DONNÉES DE CONJONCTURE

- ▶ Arrivées aériennes et réservations à 3 et 6 mois [actualisation mensuelle] ;
- ▶ Indicateurs de performance de l'hébergement : hôtellerie, locatif [nouveau 2024], baromètre en temps réel de l'hôtellerie de plein-air ;
- ▶ Dépenses mensuelles des clientèles internationales, avec un benchmark européen ;
- ▶ Arrivées internationales annuelles [et prévisions à plusieurs années] ;
- ▶ Enquêtes clientèles [intentions de voyage, suivi des voyages réalisés...].

→ OBSERVATOIRES THÉMATIQUES

- ▶ City Trends fédère aujourd'hui 13 destinations urbaines qui partagent des indicateurs liés au tourisme en ville ;
- ▶ L'observatoire de l'hébergement locatif se déploie à l'échelle nationale ;
- ▶ Celui dédié à l'hôtellerie de plein air, déjà opérationnel, poursuit son développement.



Les applications data intégrées au sein de France Tourisme Observation ▾

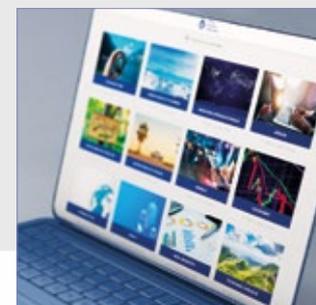
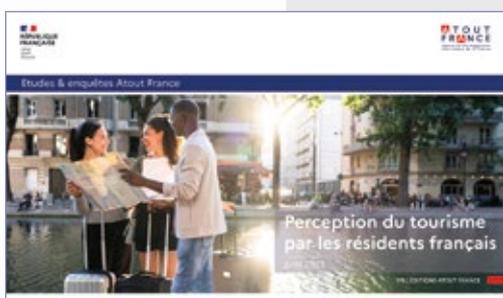


TABLEAU DE BORD DU TOURISME DURABLE

En 2023, Atout France s'est par ailleurs mobilisé pour définir l'architecture du futur **Tableau de bord du tourisme durable**, en initiant différents chantiers dont certains sont d'ores et déjà intégrés dans France Tourisme Observation :

- ▶ De nouveaux indicateurs économiques sont désormais accessibles analysant les performances macro-économiques de la filière [chiffre d'affaires, défaillances, nombre d'entreprises, observatoire trimestriel de l'emploi, pour les différents secteurs d'activité] ;
- ▶ Ainsi qu'un indicateur environnemental [suivi annuel de la consommation énergétique de l'hébergement] ; un chantier a été lancé pour évaluer la consommation en eau.

L'année 2024 sera importante avec le lancement opérationnel de l'observatoire des dépenses touristiques, le déploiement d'un mémento analysant les données structurelles et le lancement du Tableau de bord du tourisme durable qui inclura également des indicateurs concernant les mobilités et l'empreinte carbone.



*Présentation
des travaux
de prospective
aux acteurs
du tourisme en
décembre 2023 ▼*



Études qualitatives

Les équipes d'Atout France se sont également mobilisées en 2023 pour réaliser deux études à dimension plus qualitative, analysant, d'une part, le niveau de satisfaction des clientèles françaises et internationales en France et, d'autre part, le degré d'acceptabilité du tourisme des résidents français selon leur lieu d'habitation.

Prospective : #Horizons2040, construire ensemble les tourisms de demain

Les équipes d'Atout France se sont également mobilisées autour des travaux de prospective : **#Horizons2040, construire ensemble les tourisms de demain**

Afin de se projeter vers l'avenir et de déterminer les modèles touristiques vers lesquels le secteur souhaite collectivement aller, Atout France a mené des travaux de prospective avec l'appui du cabinet OnePoint. Cette initiative a permis d'identifier les facteurs de transformation du tourisme et de son environnement ainsi que quatre scénarios sur le tourisme à horizon 2040. Leur but n'est pas de prédire mais d'ouvrir des pistes de réflexion pour anticiper des évolutions possibles et agir utilement dès aujourd'hui.

Ces travaux ont été présentés aux acteurs du tourisme lors d'un événement national à Paris en décembre 2023, avec la participation de nombreux intervenants dont François Gemenne, chercheur et co-auteur du 6^{ème} rapport du GIEC. L'objectif étant que le secteur s'empare de ces travaux, que les Régions notamment puissent, à leur tour, imaginer à quoi pourra ressembler une expérience touristique à l'échelle de leur territoire. Des présentations en régions ont ainsi été organisées en début d'année 2024 ainsi qu'un challenge auprès des étudiants en tourisme. Plus de 200 futurs professionnels du secteur ont ainsi imaginé des solutions en réponse aux 4 scénarios de l'étude prospective et les lauréats ont pitché leur solution lors du salon Rendez-vous en France qui s'est tenu fin mars à Toulouse.

06. TRANSFORMER

Accélérer la transition vers un tourisme plus durable

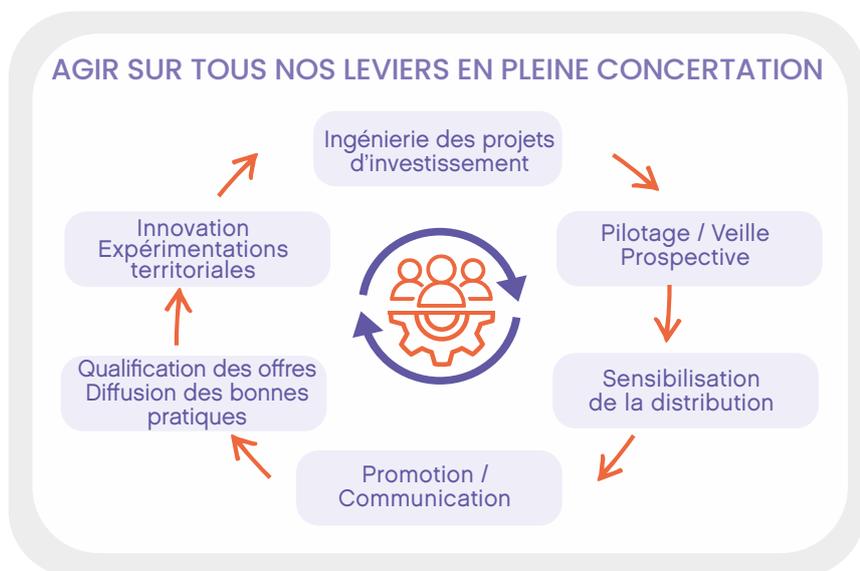
En 2023, conformément aux grandes orientations gouvernementales et à la stratégie du plan Destination France, Atout France a initié différentes initiatives contribuant à faire de la France une destination de référence en matière de tourisme durable à l'horizon 2030.

Les équipes de l'Agence se sont mobilisées pour déployer les services les plus à même de permettre aux professionnels et destinations touristiques de proposer une offre touristique responsable, d'équilibre face aux intérêts économiques, sociaux et environnementaux.

La feuille de route « tourisme durable » s'inscrit de manière transversale dans toute l'action de l'Agence. Cette composante est désormais systématiquement intégrée aux opérations de développement de l'offre, à la sensibilisation des marchés via les démarches marketing tout comme à l'utilisation des datas pour le bon pilotage de cette transition. Ces dernières constitueront d'ailleurs le socle du Tableau de bord du tourisme durable mis en ligne courant 2024.

Ces accompagnements sont co-financés par Atout France et la Banque des Territoires. Les crédits mobilisés par cette dernière se sont élevés à 4,56 millions d'euros auxquels s'ajoute la subvention de 500 000 euros de l'Agence nationale pour la cohésion des territoires [ANCT].

L'ANCT vient de renouveler son engagement financier au vu de la qualité des résultats du programme « Réinventer le patrimoine ».



Des investissements responsables

Avec le dispositif « France Tourisme Ingénierie », Atout France a apporté son expertise en ingénierie aux porteurs de projets publics et privés afin de fiabiliser le montage de leur projet d'investissement et d'accélérer la valorisation économique et touristique de leurs actifs en intégrant les exigences de développement durable.

FIN 2023

194 PROJETS ont été accompagnés dont :

125 pour « FTI Projets structurants et hôtellerie villes moyennes » [partenariat avec 16 régions, l'ANCT et l'ADEME dans certaines régions] ;

23 pour « FTI Réinventer le patrimoine » ;

46 pour « FTI Rénovation des stations de montagne ».

170 bénéficiaires des appels à manifestation d'intérêt

En 2023, Atout France s'est également appuyée sur les crédits d'ingénierie octroyés dans le cadre du plan Destination France pour organiser 11 appels à manifestation d'intérêt qui ont généré des conventions d'accompagnement technique et financier pour 170 bénéficiaires.

Les conventions pour les AMIs organisés fin 2023 seront signées au 1^{er} semestre 2024 en raison des contraintes de déblocage des financements et du calendrier de communication décidé par le Gouvernement. Le montant subventionnel engagé s'élève à un peu plus de 12 millions d'euros.

LES 11 AMIs LANCÉS VISENT À SOUTENIR DES PROJETS FAVORISANT :

- L'émergence d'une offre de tourisme durable ;
- La gestion des flux touristiques dans les sites connaissant des pics de fréquentation ;
- La transition durable des hébergements marchands en outre-mer [2 éditions de cet AMI] ;
- La transition durable et la compétitivité des équipements dédiés aux rencontres professionnelles ;
- Le développement de l'innovation touristique via l'expérimentation terrain [2 éditions de cet AMI] ;
- L'expertise en marketing digital des acteurs du tourisme constitués en réseaux [2 éditions de cet AMI] ;
- Les services facilitant l'expérience de séjour des voyageurs, notamment à l'occasion des Jeux de Paris 2024 ;
- La valorisation de l'excellence gastronomique par des projets événementiels lors des Jeux de Paris 2024.

« Réinventer les mobilités électriques pour un tourisme durable »

En 2023, Atout France s'est associée à Enedis pour publier un guide simple et utile concernant l'usage des véhicules électriques au service d'un tourisme décarboné. Objectifs : accélérer la diffusion des bonnes pratiques et faciliter l'engagement des territoires, des acteurs et des visiteurs vers un tourisme plus durable.

Francetourismedurable.gouv.fr

En 2023, les équipes d'Atout France ont initié des travaux visant à proposer aux professionnels du secteur un outil simple et pratique leur permettant d'accélérer leur transition durable.

Avec [Francetourismedurable.gouv.fr](https://www.francetourismedurable.gouv.fr), lancé en juin 2024, Atout France met à leur disposition un véritable centre de ressources où ils peuvent retrouver, réunis en un lieu unique, tous les outils et aides proposés par une multitude d'organismes mais également des solutions et bonnes pratiques déjà expérimentées dans le cadre des accompagnements en ingénierie réalisés par Atout France [dispositifs France Tourisme Ingénierie et appels à manifestation d'intérêt].

En complément, la plateforme propose un outil d'auto-diagnostic gratuit permettant à chacun d'évaluer en 10 mn son niveau de durabilité et d'avoir accès à des contenus, recommandations de solutions, parfaitement adaptés à ses besoins pour progresser. Les contenus mis en ligne ont préalablement été agréés par un comité technique élargi réunissant autour d'Atout France de nombreux contributeurs comme l'ADEME, Acteurs du tourisme durable, ADN Tourisme, la Banque des territoires, plusieurs ministères ainsi que les principales fédérations professionnelles.

UN OUTIL D'INTERFACE QUALIFIÉ AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE DURABLE



SOURCER LES MEILLEURS CONTENUS

- ✓ Référencer des ressources opérationnelles
- ✓ Mettre en relation avec les contacts les plus utiles

France
Tourisme
Durable

ACCOMPAGNER LES ACTEURS



- ✓ Faire connaître les bonnes pratiques de développement durable en open data



Mis en ligne
en juin 2024



QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE

- ✓ Qualifier les offres durables
- ✓ Qualifier les démarches engagées

PILOTAGE PARTENARIAL DU CENTRE DE RESSOURCES



- ✓ Comité d'orientation stratégique
- ✓ Enrichissement permanent des contenus en fonction des besoins identifiés

07. TRANSFORMER

Innover pour rester compétitifs et attractifs

En 2023, grâce notamment au plan Destination France, Atout France a amplifié son action d'identification, d'accompagnement et de valorisation de solutions innovantes pouvant répondre aux besoins et attentes des acteurs du tourisme français.

Le secteur du tourisme se trouve à la confluence d'enjeux impliquant des transformations majeures et urgentes : décarbonation, protection de l'environnement, préservation des ressources et de la biodiversité, valorisation du patrimoine pour transformer des lieux de passage en destinations et favoriser le tourisme de proximité, mise en lumière et transmission des savoir-faire de nos régions, ou développement des circuits-courts, de l'accessibilité et de l'inclusion, de l'économie circulaire, optimisation des flux, etc... Dans ce contexte, l'innovation est une composante stratégique afin de permettre aux acteurs de déployer créativité et efficacité pour inventer des expériences émotionnelles inédites et responsables.

Diffuser l'innovation

En 2023, Atout France a développé de nombreuses actions facilitant la diffusion de l'innovation auprès des acteurs et des territoires. En complément de la Lettre de veille internationale qui, tous les 2 mois, met en exergue les innovations impactantes à l'international, identifiées grâce au réseau d'Atout France, la priorité a été donnée en 2023 au renforcement des expérimentations dans les territoires associant des startups.

Ainsi, l'appel à manifestation d'intérêt « *Innovation touristique & terrains d'expérimentation* » initié dans le cadre du Plan Destination France a permis de déployer 33 projets d'expérimentation avec une trentaine de startups, au sein de 10 régions, en collaboration avec 13 plateformes régionales expertes en innovation touristique [incubateurs et accélérateurs publics ou privés]. Les projets en cours de déploiement bénéficient d'un appui financier de 750 000 euros.

Autant de projets devraient également voir le jour dans le cadre du second appel à manifestation d'intérêt initié sur la même thématique en fin d'année 2023.

La « Travel Tech » française fortement valorisée

Atout France a multiplié les opportunités de valorisation des startups de la « Travel tech » française sur ses salons et manifestations BtoB : une trentaine d'entreprises innovantes ont ainsi été présentes sur les Espaces Innovation conçus sur les salons Destination Montagnes et Rendez-vous en France ainsi qu'aux Journées Partenariales. Atout France

a également contribué à l'Appel à manifestation d'intérêt « France Tourisme Tech » organisé par la DGE qui a permis de sélectionner 15 entreprises innovantes à fort potentiel croissance qui vont bénéficier d'un d'appui renforcé de la DGE, d'Atout France, de Business France et des autres partenaires « Grands comptes » engagés dans le programme national.

LES 15 LAURÉATS DE LA FRANCE TOURISME TECH

- Alltheway
- Ctoutvert
- Clorofil
- Click&Boat
- CozyCozy
- GreenGo
- Hostnfly
- Luniwave
- Mobee Travel
- Murmuration
- Nannybag
- Outsight
- TicTacTrip
- WeMap
- Wintics

Un nouveau Cahier Tendances en partenariat avec Paris&Co Tourisme et un partenariat renforcé avec le réseau « France Tourism Lab »

La poursuite active du partenariat avec Paris&Co s'est traduite par l'élaboration conjointe et la promotion d'un nouveau *Cahier des Tendances*. Il est prévu qu'en 2024 ce cahier de tendances s'élargisse au réseau

« France Tourism Lab » duquel Paris&Co Tourisme fait partie, et soit par ailleurs complété par des cahiers thématiques internationaux semestriels issus de la Lettre de veille internationale d'Atout France.



08. TRANSFORMER

Optimiser la qualité de l'expérience voyageur

Afin de veiller à la qualité des prestations offertes aux visiteurs, Atout France a poursuivi l'animation des dispositifs qualité qu'elle pilote, en les faisant évoluer pour partie, mais a aussi mis à disposition des professionnels français des sessions de formation afin de renforcer leurs compétences.

Classement des hébergements

En 2022, la reprise de l'activité touristique post-covid avait généré une augmentation importante de demandes de classement ou de renouvellement de la part des hébergements [8 087 classements]. Cette dynamique s'est poursuivie en 2023 avec un nombre de classements toujours très élevé [5 044]. Ainsi, dans l'hôtellerie, 86% des chambres sont actuellement classées.

L'État a, par ailleurs, fait évoluer la « distinction Palace » par un arrêté du 24 janvier 2024, afin de prendre en considération l'évolution des exigences de la clientèle.

Immatriculation des opérateurs de voyages et de séjours

Concernant les opérateurs de voyages et de séjours, 2 315 organismes ont été immatriculés en 2023.

17% de ces immatriculations concernent de nouveaux opérateurs, niveau en hausse pour la deuxième année consécutive [12,6% en 2022] après deux années de baisse. Le nombre total d'opérateurs immatriculés est de 6 714 en 2023, ce qui représente un chiffre stable par rapport aux années précédentes.

Formation et partage de bonnes pratiques

Prestataire de formation continue, Atout France propose aux professionnels actuels et futurs du secteur un calendrier de formations afin de renforcer leurs connaissances sur des thématiques d'actualité telles que l'intelligence artificielle, le développement durable, la qualité, la digitalisation, ou encore l'accessibilité. Animées par des experts du secteur passionnés, ces formations peuvent être prises en charge par les OPCO [opérateurs de compétences] et sont certifiées Qualiopi.

Organisées à distance ou en présentiel, pour une durée d'une à trois journées, elles ont été suivies en 2023 par une centaine d'entreprises et destinations.

Les webinaires *Tourisme Innov'* participent par ailleurs à insuffler une culture de l'innovation au sein du secteur. Ces rendez-vous permettent de valoriser auprès des professionnels les offres innovantes des startups du tourisme et de découvrir l'usage qui en est fait grâce aux témoignages de professionnels.



Accueil des étudiants au siège d'Atout France, Paris

SEMAINE DES MÉTIERS DU TOURISME

En avril 2023 s'est tenue la première édition de la Semaine des métiers du tourisme lancée par la ministre chargée du Tourisme, Olivia Grégoire. L'initiative avait pour objectif de mieux faire connaître aux étudiants la diversité des métiers du secteur, les formations existantes et les débouchés qu'elles offrent. Ainsi, plus de 1 300 événements se sont tenus dans toute la France en 2023 lors desquels les acteurs de la filière ont ouvert leurs portes aux jeunes et demandeurs d'emploi.

Atout France elle-même, a reçu une cinquantaine d'étudiants et a pris part au salon organisé à Bercy dans ce cadre afin de mieux faire découvrir la diversité des métiers exercés par les équipes de l'Agence.

09. TRANSFORMER / FAIRE RAYONNER

Soutenir les filières grâce à des actions sur mesure

Tourisme d'affaires

Afin de soutenir la reprise de l'activité et renforcer la compétitivité et l'attractivité de la France à l'international en tant que destination MICE & Congrès, plus de 2 millions d'euros ont été mobilisés par Atout France en 2023.

Les acteurs des rencontres et événements professionnels fédérés au sein du Pôle tourisme d'affaires d'Atout France ont conduit en 2023 plus de 35 actions d'influence et événements B2B sur les marchés européens et les marchés internationaux stratégiques [USA, Chine, Inde], ciblant les profils agences, corporates et associations. Parmi les actions réalisées : la campagne « The French way », la présence sur les salons incontournables du secteur [IMEX Francfort, IMEX America, IBTM World] et l'organisation d'accueils en France avec 4 nouvelles étapes « France Meeting Event – Learning Expedition » et un accueil durant la période Rugby World Cup pour démontrer tout le savoir-faire de la destination en matière d'organisation d'événements.

En parallèle, Atout France s'engage sur le volet transformation afin d'accompagner la filière sur des modèles plus compétitifs, durables, qualitatifs et innovants. Ainsi, en 2023, 13 lauréats ont bénéficié d'un accompagnement dans le cadre de l'appel à manifestation d'intérêt dédié à l'activité tourisme d'affaires.

Campagne The French Way diffusée sur 7 marchés internationaux



DESTINATION MONTAGNES 2023

Échanges entre Olivia Grégoire, Ministre déléguée chargée des Entreprises, du Tourisme et de la Consommation, Caroline Leboucher et les startups présentes sur le salon



Montagne

Dans le cadre du plan Avenir Montagnes, Atout France déploie avec les acteurs du secteur des dispositifs de communication visant à favoriser une fréquentation des massifs tout au long de l'année, à diversifier et rajeunir les clientèles et à valoriser les initiatives durables. 2 millions d'euros sont ainsi annuellement mobilisés par Atout France [2022 à 2024].

Complétés par les investissements de ces partenaires, France Montagnes, massifs et entreprises partenaires, ce sont ainsi 5 M€ au global qui ont été investis en 2023 pour déployer plus de 90 actions de promotion. 32% des investissements ont visé le marché domestique et 68% les marchés internationaux [dont certains marchés lointains : Chine, États-Unis, Canada, Moyen-Orient].

Atout France s'est également associé à SNCF Connect pour valoriser les massifs accessibles en train.

Temps fort de la promotion de l'offre auprès des voyageurs internationaux, le salon Destination Montagnes 2023 a réuni 217 sociétés françaises et 424 prescripteurs internationaux pour une 32^e édition placée sous le signe du tourisme durable et inclusif.

En matière d'ingénierie, Atout France et la Banque des Territoires déploient un programme spécifique " France Tourisme Ingénierie - Rénovation " destiné à stimuler la transformation durable de l'immobilier de loisir en stations. 25 stations en bénéficient actuellement [voir page 12].

Explore
France

Villes d'eaux, villes de bien-être : ça coule de source !

Proposé par France.fr, publié le 29 mars 2023, 16 : 46



© Brides-les-Bains / Vals-les-Bains / David André

Appui à la filière thermique

À l'issue de la crise COVID, l'État a souhaité soutenir le secteur du thermalisme qui avait été fortement impacté.

Le plan Destination thermale inclut un volet promotionnel afin de mieux valoriser le potentiel bien-être de la filière ainsi qu'un accompagnement en ingénierie des destinations qui en ont exprimé le besoin. Atout France s'est ainsi associée à :

- ▶ 33 villes thermales,
- ▶ 4 Comités Régionaux du Tourisme,
- ▶ 1 Comité départemental du tourisme,
- ▶ et 3 exploitants du tourisme thermal

pour lancer la campagne « Villes d'eaux, villes de bien-être » avec pour objectif de porter un nouveau regard sur les villes thermales et en diversifier les clientèles. Ces actions ont été soutenues en 2023 et 2024 par un budget de 900 000 euros investi par Atout France, les partenaires territoriaux et exploitants.

Outre-mer

Conformément aux stratégies conjointement définies dans le cadre des contrats cadre conclus avec les destinations, Atout France a mis en œuvre des dispositifs de communication pour deux destinations d'Outre-mer : Tahiti et la Nouvelle Calédonie.

La campagne menée avec Tahiti Tourisme, qui ciblait les marchés prioritaires de l'Australie et de la Nouvelle Zélande, a permis de cibler des clientèles plus jeunes grâce à leurs interactions sur les réseaux sociaux et de proposer des offres en lien avec leurs aspirations, à chaque étape de leur voyage.

En ce qui concerne la Nouvelle Calédonie, la campagne d'inspiration avait pour objectif de valoriser toute la diversité des expériences à vivre dans l'archipel auprès d'une cible plus jeune, adepte des voyages en famille et entre amis, ainsi que des amoureux de la nature voyageant en couple ou seuls.

Ces campagnes ont généré un fort engagement et ont atteint un large public, avec des résultats mesurables en termes de reach et de clics.

Comité stratégique
du tourisme Outre-mer
co-organisé en octobre
2023 par la Direction
Générale des Outre-mer
et Atout France ▼



10. FAIRE RAYONNER

Capitaliser sur les grands événements pour renforcer l'attractivité de la destination France

En 2023, les Mondiaux de Ski Courchevel Méribel 2023, la Coupe du Monde de Rugby 2023 et la perspective des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ont représenté des opportunités uniques pour faire rayonner la destination et renforcer son attractivité auprès de cibles variées : investisseurs, entreprises, visiteurs et touristes...

Championnats du monde de ski alpin

Du 6 au 19 février 2023, Courchevel et Méribel ont vibré au rythme des exploits des meilleurs skieurs de la planète. L'opportunité pour Atout France et ses partenaires, France Montagnes, le comité d'organisation et les deux offices de tourisme de faire rayonner la compétition et plus largement l'excellence de la montagne française. Après une première vague de la campagne TV et digitale en 2022, lors des Jeux d'hiver de Pékin, une deuxième vague a été réalisée du 10 décembre 2022 jusqu'au 25 janvier 2023. Des accueils presse ont également été organisés.

Coupe du monde de Rugby 2023

Durant 2 mois, du 8 septembre au 28 octobre 2023, la France a accueilli la Coupe du monde de rugby à XV dans 9 villes hôtes. L'événement a connu un formidable succès populaire en France et à l'international avec 2,4 millions de spectateurs, plus de 230 millions de téléspectateurs cumulés en France, et 600 000 visiteurs étrangers représentant 45% des acheteurs de billets, issus de 115 pays, dont environ 45% d'Anglais et 8% d'Irlandais.

Une belle opportunité pour Atout France et ses partenaires de faire découvrir les atouts des destinations françaises aux supporters et à leurs proches mais également de valoriser auprès de prescripteurs, influenceurs et journalistes le savoir-faire des acteurs du tourisme français en matière d'hospitalité et de qualité d'expérience.

La campagne « **Le French Flair se partage / Sharing French Flair** » lancée le 8 septembre 2022, à un an du lancement de la Coupe du Monde, s'est poursuivie tout au long de la compétition. Elle a fédéré les Comités régionaux du tourisme et les Offices de tourisme des territoires hôtes de l'événement autour de l'ambassadeur de la campagne, Frédéric Michalak. Une des vidéos de la campagne partageant le « top 5 des incontournables » à découvrir à Paris et sa Région a été diffusée au Stade de France lors des 10 matchs qui s'y sont tenus.

Sur le site [France.fr](https://www.france.fr), les visiteurs internationaux ont pu retrouver tous les conseils pratiques et idées de visites et activités liées à leur séjour, dans une rubrique dédiée.

Par ailleurs, pendant toute la période de la Coupe du monde, cinq accueils de journalistes et influenceurs internationaux ont été réalisés à Saint-Etienne, Nice, Toulouse, Marseille et Paris. La presse internationale a également été sensibilisée grâce notamment à un dossier de presse, réalisé en collaboration avec les villes et régions hôtes, valorisant les bonnes adresses et possibilités de visites sur le territoire.

En complément, deux accueils MICE ont été planifiés à Paris et Nantes, afin de faire vivre l'effervescence des villes à l'occasion de la compétition. L'opportunité pour Atout France de partager avec les organisateurs d'événements internationaux le savoir-faire de la destination en matière d'évènementiel.

De plus, afin de donner envie aux touristes internationaux de venir découvrir l'art de vivre à la française, des posts sur les réseaux sociaux Explore France [Instagram, Tik Tok, Facebook] leur ont fait vivre l'ambiance aux abords des stades, dans les fanzones et autres lieux de convivialité en marge des matchs.

Enfin, un film « best-of » de la compétition valorisant les images de supporters, de scènes festives et joyeuses et de la qualité de l'accueil en France, a été diffusé afin de remercier les visiteurs étrangers venus en France pendant la Coupe du monde de rugby et de les inviter à revenir.



Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024

Les Jeux de Paris 2024 constituent une formidable opportunité de faire rayonner la destination France et de nourrir son image des valeurs portées par l'évènement [durabilité, innovation, audace, excellence, diversité, accessibilité et inclusion...].

Diverses actions ont été menées en ce sens à l'international par Atout France en association avec le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques, afin d'inciter les détenteurs de billets à profiter de l'évènement pour prolonger leur séjour et explorer les destinations françaises.

Il s'agit également de contribuer à la diffusion d'informations pratiques à l'international et à la réassurance des publics et des prescripteurs.

Quelques exemples d'actions débutées en 2023 qui se poursuivent cette année.

- Une campagne de communication internationale s'appuyant sur un film signature **Open Doors, Open Games** créé pour l'occasion [et renvoyant vers France.fr] complété par des idées de séjours diffusées sur les réseaux sociaux sous forme de Top 5 ;
- 13 conférences de presse à l'international, avec l'appui du réseau diplomatique qui ont réuni plus de 700 journalistes et généré 230 articles à date. Un accueil de presse multi marchés a aussi été organisé à Paris, Lille et Marseille en janvier pour plus de 20 médias internationaux.
- Les professionnels du tourisme internationaux [agences et acheteurs internationaux] ont enfin été conviés à découvrir les territoires d'accueil [Paris, Nantes] lors de « learning expéditions » et reviendront à Paris à l'occasion d'un évènement Tourisme d'affaires qui sera organisé pendant les Jeux Olympiques pour promouvoir le savoir-faire français en matière d'organisation d'évènements auprès de contacts exécutifs.

"OUVRONS LES PORTES, OUVRONS LES JEUX"

Lancement de la campagne internationale pour inciter les voyageurs internationaux à visiter la France à l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024



BIENVENUE EN FRANCE

Afin de réserver le meilleur accueil possible aux visiteurs, Atout France a accompagné les professionnels du tourisme en mettant à leur disposition le dispositif « Bienvenue en France, conseils gagnants pour accueillir le monde ».

Une série d'une quarantaine de vidéos leur a ainsi donné toutes les informations et conseils utiles pour mieux comprendre le profil et les attentes des différentes nationalités de clientèles venues en France à l'occasion de la Coupe du monde de Rugby.

Le dispositif a été complété dans la perspective des Jeux de Paris 2024. Ce sont ainsi plus de 80 vidéos qui permettent désormais aux professionnels de tout savoir sur les attentes et habitudes de 17 nationalités de voyageurs. Deux séries de vidéos thématiques sont aussi proposées sur l'accessibilité, mettant en avant des recommandations pour mieux accueillir les touristes en situation de handicap, quel qu'il soit, et sur le tourisme durable, soulignant les bonnes pratiques et gestes éco-responsables à adopter.

11. FAIRE RAYONNER

Séduire et fidéliser avec la campagne internationale #ExploreFrance

Après deux éditions [2021 et 2022] destinées à redynamiser les flux touristiques européens vers la France suite à la pandémie, le collectif réuni autour de la campagne #ExploreFrance s'est mobilisé, en 2023, pour la troisième année consécutive, avec l'ambition d'affirmer le positionnement durable de la destination.

Sous la signature : « Dream big, live slow », le collectif a orchestré une campagne marketing ciblant les clientèles européennes et nord-américaines, prônant un tourisme plus authentique.

Au-delà des paysages grandioses et sites patrimoniaux d'exception, la campagne 2023 a fait la part belle à des sites et territoires encore confidentiels, afin de favoriser la diffusion des flux de visiteurs sur l'ensemble du territoire, tout en invitant à emprunter des modes de découvertes doux et respectueux de l'environnement et en mettant l'accent sur le printemps et l'automne, dans la continuité des efforts collectifs menés en matière de désaisonnalisation.

Outre les cibles prioritaires de campagne [famille, millenials, couples sans enfants], une étude menée par Atout France sur la sensibilité des clientèles touristiques au tourisme durable a permis de mettre en exergue des « *éco-personae* » de campagne [éco-tranquilles, les éco-mobiles et les éco-natures] pour un ciblage plus précis des audiences.

La campagne a débuté auprès de 10 marchés européens [Allemagne, Belgique, Royaume-Uni, Suisse, Pays-Bas, Italie, Espagne, Danemark, Suède et Autriche] avant d'être relayée sur les marchés porteurs Etats-Unis et Canada, pour un budget global de près de 11 millions d'euros.

En complément, un dispositif de communication a été déployé sur France.fr et hors écosystème, ainsi qu'un autre en partenariat avec Trip Advisor pour un budget total de près d'un million d'euros, générant plus de 125 millions d'impressions et près de 245 000 clics sur le lien.

Enfin, **4** accueils d'influenceurs dans **8** régions françaises métropolitaines ont été réalisés sur la thématique de l'itinérance douce en partenariat avec SNCF Connect. Ces accueils ciblaient les marchés belge, allemand, anglais et espagnol. L'audience cumulée est de **917 000** abonnés.

Au total, cette opération a généré près de

2,1 MILLIONS D'IMPRESSIONS

57 000 INTERACTIONS

1,5 MILLION DE VUES VIDÉOS

4,36% DE TAUX D'ENGAGEMENT MOYEN

Des outils d'évaluation ont été mis en place pour mesurer les performances et l'impact de la campagne sur les marchés cibles.

Les résultats des post-tests de campagne indiquent une campagne qui dans son ensemble génère des réactions très positives, avec des intentions de voyage en France élevées [83% pour l'année 2023] : sur les 6 000 répondants répartis sur les dix marchés prioritaires, 91% pensent que cette campagne est crédible.

En ce qui concerne la dimension durable de la campagne, les résultats sont plus que satisfaisants : 84% d'entre eux pensent que la campagne positionne la France comme destination durable [+1 point par rapport à 2022] d'autant plus que 83% estiment qu'elle est inspirante. En somme, le dispositif enregistre une note globale de 7,3/10 et se hisse à la 8^e position sur 16 dans le classement des destinations perçues comme durable en France.

Des ajustements du dispositif sont néanmoins à envisager pour l'année 2024, notamment sur la signature « Dream big, live slow » ou sa déclinaison française « Rêver en grand, prendre le temps » afin de pouvoir assoir sa dimension symbolique de motivation de voyage durable / sites spectaculaires et nature époustouflantes.



12. FAIRE RAYONNER

Consolider le retour des marchés long-courriers

Atout France a poursuivi en 2023 ses efforts pour conforter la reprise des flux de voyageurs issus des marchés lointains dont les périodes de vacances contribuent au lissage de la fréquentation touristique sur toute l'année.

Europe invites the curious

Atout France a pris part au dispositif « Europe Invites The Curious » de la European Travel Commission [ETC] et cofinancé par l'Union Européenne visant à renforcer le positionnement des destinations européennes sur les marchés long-courriers pour mieux répartir les flux de voyageurs dans l'espace et le temps, en tenant compte des enjeux liés à la promotion d'un tourisme plus durable. Dans ce cadre, Atout France a déployé une campagne 100% digitale sur 4 marchés à haut potentiel [États-Unis, Canada, Australie et Brésil] avec des résultats très positifs.

Focus sur le marché chinois avec Air France

Par ailleurs, en étroite collaboration avec son partenaire historique Air France, Atout France a mené une campagne de notoriété sur le marché chinois pour accompagner la relance post-pandémie. L'enjeu était de cibler les voyageurs ou intentionnistes chinois à haute contribution pour positionner la destination France « Top of mind » pour un futur voyage vers l'Europe. Les post-tests réalisés indiquent que 98% des Chinois interrogés estimaient que la campagne donnait envie de voyager vers la France avec Air France.

France 360 America

L'édition 2023 du workshop annuel France 360 America a permis la rencontre des prescripteurs des États-Unis, du Canada, du Mexique, ainsi que les marchés clés d'Amérique du Sud. **65** exposants français étaient présents pour **75** tour-opérateurs et agents de voyages et **1 986** rendez-vous de promotion et commercialisation des destinations ont été menés.



Workshop France Méditerranée

En 2023, Atout France a organisé la 9^e édition des rencontres BtoB France Méditerranée, permettant à 84 professionnels du tourisme français de présenter leurs nouveautés à plus de 90 tour-opérateurs venus de 14 marchés du bassin méditerranéen. L'évènement a réuni plus de 220 participants et généré près de 2 000 rendez-vous.



LE PROGRAMME D'E-LEARNING « FRANCE CONNAISSEUR »

« France Connaisseur » s'adresse aux tour-opérateurs et agents de voyages en France et à l'étranger, ainsi qu'aux étudiants et professeurs en formation tourisme [BTS / Licence / Master]. Lancé en 2022, il s'est déployé en 2023 sur 12 marchés longs courriers clés pour la destination France en mobilisant une communauté de plus de 7 000 apprenants dont près de 500 ont déjà été certifiés. Grâce à sa technologie responsive intégrant l'IA, ce dispositif immersif et qualitatif s'adapte en temps réel aux préférences d'apprentissage, permettant à chacun de se former à son rythme. Fort du succès du programme composé actuellement de 15 capsules de 20 minutes chacune présentant tous les attraits de nos régions, de nouveaux modules thématiques sont programmés pour 2024.

13. FAIRE RAYONNER

Déployer la marque Explore France et gagner en influence via les médias numériques

Depuis 2019, la marque Explore France est déclinée sur toutes les opérations menées par Atout France pour promouvoir l'offre touristique des destinations françaises à l'international.

Pour son déploiement, Atout France s'appuie sur son site France.fr ainsi que sur ses comptes réseaux sociaux.



En 2023, afin d'accroître la visibilité et l'influence numérique de la destination France, Atout France a formalisé une feuille de route définissant les priorités de sa stratégie de communication à destination du grand public sur la période 2023/2024. Cette réflexion a pleinement pris en compte les objectifs fixés par l'État dans le cadre du plan Destination France.

Ainsi, la stratégie numérique grand public d'Atout France s'articule autour de 4 grands piliers :

- 1 Réaffirmer la place de France comme destination de référence, dans un contexte ultra-concurrentiel ;
- 2 Orienter la création des contenus diffusés autour des enjeux stratégiques, tels que le tourisme durable, les grands événements [notamment les Jeux Olympiques de Paris 2024], ainsi que les filières prioritaires ;
- 3 Renforcer le positionnement de la destination France en cohérence avec les valeurs de la marque ExploreFrance pour réenchanter la destination ;
- 4 Asseoir une stratégie de marque plurielle, avec pour marque ombrelle Explore France, et les marques identifiées dans le cadre des contrats de destination.

En 2024, France.fr fait peau neuve

Afin de répondre à toutes les questions que les visiteurs internationaux peuvent se poser, notamment pour leur venue en France à l'occasion de Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024, Atout France a entrepris la refonte de France.fr. Une volonté de valoriser les expériences durables à vivre en France, tout en optimisant l'expérience utilisateur grâce à un nouveau design, une interface plus intuitive, immersive et accessible à tous mais aussi à de nouvelles fonctionnalités basées sur l'intelligence artificielle.



Chiffres clés 2023



TikTok

120 000 FOLLOWERS
+74% VS 2022



Instagram

340 000 FOLLOWERS
+15% VS 2022



X

170 000 FOLLOWERS
+9,5% VS 2022



Facebook

2,19 MILLIONS DE FANS
+3% VS 2022

Site France.fr

10 768 840 SESSIONS
« actives », toutes langues
et tous canaux confondus.

Source : Google Analytics

www.france.fr

14. S'ADAPTER ET SE TRANSFORMER

Pour mener à bien les missions dans un cadre de travail adapté

Une forte augmentation d'activité

En 2023, le contexte de reprise s'est traduit par une forte augmentation de l'activité d'Atout France. Les produits consommés ont ainsi progressé de 8% pour atteindre 77,9 millions d'euros dont 51% financés par l'État [subventions pour charges de service public, subventions du plan Destination France, subventions versées par différents ministères] et 49% apportés par les partenaires du GIE [30,6 millions d'euros pour la promotion, 3,2 millions d'euros pour l'ingénierie et 2 millions d'euros au titre des cotisations de ses adhérents]. Les charges correspondantes se répartissent entre 32,5 millions d'euros pour le fonctionnement dont 21,8 millions d'euros pour la masse salariale et 45,4 millions d'euros pour les dépenses d'intervention [39,9 M€ pour la promotion, 5,1 M€ pour l'ingénierie], plus hauts niveaux d'intervention observés à date. La mise en œuvre du plan Destination France a ainsi représenté 54% de l'activité d'Atout France. Le résultat bénéficiaire du GIE a été, après impôt, de 46 000 euros.

En millions d'euros

CHARGES		PRODUITS	
Dépenses de personnel	21,8	Subventions de fonctionnement	28,1
Fonctionnement général	8,8	Subventions opérationnelles	11,6
Dépenses d'intervention	45,4	Partenariats	35,8
Divers	2	Divers	2,2
TOTAL	77,9	TOTAL	77,9
RÉSULTAT BÉNÉFICIAIRE	0,05		

Des compétences renforcées

En 2023, Atout France a, conformément aux objectifs fixés par son COP, mis en place une démarche proactive de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences. Ces travaux ont fait l'objet d'une information consultation du CSE dans le cadre de la consultation obligatoire sur les orientations stratégiques du GIE.

L'Agence a pris des mesures concrètes pour développer l'attractivité et la rétention de ses talents, ainsi que le développement des compétences. Le GIE s'est par exemple doté d'une page employeur sur Welcome To The Jungle et a déployé sa plateforme de formation interne en e-learning. Des formations plus ciblées sur la prévention du harcèlement moral, du harcèlement sexuel et des agissements sexistes ont aussi été organisées à l'attention des directeurs.

Informé par la DGE fin juin 2023 de la possibilité de relance du mouvement des Agents MAD du réseau international, Atout France a lancé fin 2023, un mouvement général des collaborateurs expatriés dans le prolongement des projets relatifs à la mise en œuvre de l'animation et du pilotage du réseau international ayant fait l'objet d'informations-consultations du CSE et de nombreuses réunions de concertation avec l'ensemble des directeurs du siège et directeurs de bureaux concernés depuis mars 2022.

La direction du GIE a poursuivi ses actions en faveur de la prévention de la santé et de la sécurité des personnes et du bien-être au travail et du développement du collectif de travail. Un référent harcèlement a ainsi été désigné au sein du CSE et la commission Condition de travail a été reconduite avec la nouvelle mandature. Les team-buildings mis en place en 2022 ont également été reconduits.

Ces diverses actions ont positivement impacté les résultats de la 3^e édition du baromètre social avec une ambiance de travail cotée à 7,3/10, le

taux d'absentéisme, déjà particulièrement bas [4,5% en 2022, 2,3% en 2023 contre 6 à 7% au niveau national] et le taux de turn-over, inférieur à la moyenne nationale [9% contre 10 à 15%]. L'index égalité Femmes / Hommes a également gagné un point en atteignant 94/100.

Enfin, afin de tenir compte de taux d'inflation inédits des mesures exceptionnelles ont été prises dans le respect du budget de la masse salariale et du plafond d'emploi du GIE.

Une politique RSE affirmée

Atout France a renforcé la prise en compte des enjeux de développement durable dans ses activités internes en créant en janvier 2023 une direction RSE. Après avoir défini les objectifs stratégiques, un réseau d'ambassadeurs RSE a été constitué pour sensibiliser [fresques du climat, challenge Ma petite planète...] et mettre en œuvre les premières actions. Un bilan carbone a également été initié, identifiant les principaux leviers de réduction des émissions de CO² du GIE.

Un contrôle interne renforcé

Les travaux en matière d'audit ont permis de finaliser les 11 plans d'actions relatifs à la carte des risques du GIE [dont cybersécurité et lutte contre la fraude et la corruption]. Le renforcement du contrôle interne s'est notamment matérialisé en 2023 par la production de fiches qualité sur les processus-clés de l'agence, la structuration de communautés par métier et la mise en place de nouveaux contrôles sur les processus financiers.

Des outils de communication modernisés

En 2023, Atout France a adapté sa plateforme de marque, sa charte graphique, son logo et sa raison d'être #[ActiveurdeTourismes](#) pour mieux traduire son identité et son ambition. Le site www.atout-france.fr a fait l'objet d'une profonde refonte permettant une expérience utilisateur optimisée et accessible à tous.

ANNEXES EN LIGNE SUR
www.atout-france.fr



- Les comptes du GIE Atout France
- Organisation / organigrammes

#ActiveurDeTourismes