RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Rapport d'activité 2024

ÉDITO

Nathalie Delattre
Ministre déléguée chargée du Tourisme

Alors que la saison estivale débute, les indicateurs sont au vert pour le tourisme. Le fort attachement des Français à leurs vacances dans l'Hexagone, conjugué à une hausse attendue de près de 5% des arrivées internationales, laisse présager un été prometteur pour le tourisme français.

Ces bonnes perspectives s'inscrivent dans la continuité d'une dynamique exceptionnelle. 2024 a été une année record pour notre filière, portée par l'élan des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, mais aussi la réouverture de Notre-Dame et les commémorations du débarquement. Grâce à l'accueil de grands événements internationaux, nous avons franchi le cap symbolique des 100 millions de visiteurs internationaux, et les recettes touristiques ont atteint un niveau record de 71 milliards d'euros.

La France assume pleinement sa place de première destination touristique mondiale. Une position dont nous pouvons être fiers, mais que nous devons aussi aborder avec lucidité : la concurrence internationale se renforce, avec des destinations toujours plus offensives.

Dans ce contexte exigeant, je sais pouvoir compter sur Atout France, notre opérateur en charge du tourisme, dont l'expertise est un levier précieux. Chaque jour, aux côtés des professionnels, Atout France agit pour faire rayonner notre destination, renforcer sa compétitivité et accompagner les transformations structurelles de notre secteur.

Pour continuer à répondre aux enjeux de demain, l'opérateur devra aussi faire évoluer son propre modèle, afin de rester agile, performant et connecté aux réalités du terrain. J'ai toute confiance en sa capacité à relever ce défi, au service de la performance collective du tourisme français.

Avec l'ensemble des acteurs de la filière, nous portons une ambition partagée : bâtir une offre touristique toujours plus qualitative, durable, innovante et inclusive. Car c'est en répondant aux attentes d'un tourisme plus exigeant, plus responsable et plus respectueux des territoires, que nous préparons, ensemble, l'avenir de notre industrie.

Christian Mantei
Président du Conseil d'administration

Rose-Marie Abel
Directrice générale par intérim

L'année 2024 restera dans les mémoires comme une année exceptionnelle pour le tourisme français. Porté par un dynamisme retrouvé des clientèles internationales et par l'accueil d'événements majeurs tels que les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, notre secteur a une nouvelle fois su démontrer son savoir-faire en matière d'hospitalité et son rôle stratégique dans la vie économique de notre pays.

Ces Jeux, au-delà de leur portée sportive et symbolique, ont constitué une vitrine sans précédent pour la destination France. Ils ont permis de renforcer l'attractivité de nos territoires, d'adapter nos services et infrastructures aux usages de tous les voyageurs pour montrer au monde le meilleur de la destination.

Cet héritage est un socle solide sur lequel nous allons désormais capitaliser pour assoir la place de la France comme destination de référence en matière de tourisme durable à l'horizon 2030, et être à la hauteur d'une concurrence internationale croissante.

Pour ce faire, Atout France continuera d'accompagner les professionnels du tourisme dans le développement de leur activité tout en faisant évoluer son propre modèle et son fonctionnement pour garantir une continuité d'action toujours aussi adaptée aux besoins des acteurs du secteur.

Notre ambition reste intacte : faire grandir notre collectif, accompagner par notre offre de services la compétitivité des acteurs du secteur pour offrir d'inoubliables expériences de séjours en France aux voyageurs français et internationaux.

Ensemble, poursuivons cette dynamique et donnons à l'année 2025, l'élan nécessaire pour inscrire durablement le tourisme français dans une trajectoire d'excellence.

SOMMAIRE

PAGE

5 **01.** ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

7 **02.** RÉTROSPECTIVE
2024 | Une année de records

8 **03.** ZOOM
Retour sur l'activité d'Atout France en 2024

9 **04.** MOBILISER LE COLLECTIF
Une feuille de route partagée pour une efficacité optimisée

11 **05.** ÉCLAIRER
Des données pour anticiper, piloter et mesurer la performance

12 **06.** TRANSFORMER
Vers un tourisme plus durable

15 **07.** TRANSFORMER
Innover pour rester compétitifs et attractifs

16 **08.** TRANSFORMER
Maximiser la satisfaction des voyageurs

17 **09.** TRANSFORMER / FAIRE RAYONNER
Soutenir les filières grâce à des actions sur mesure

19 **10.** FAIRE RAYONNER
Capitaliser sur les grands événements
pour renforcer l'attractivité de la destination France

20 **11.** FAIRE RAYONNER
Promouvoir une destination inspirante et durable

22 **12.** FAIRE RAYONNER
Consolider le retour des marchés long-courriers

23 **13.** FAIRE RAYONNER
Renforcer l'influence de la marque « Explore France » grâce aux médias numériques

24 **14.** S'ADAPTER ET SE TRANSFORMER
Pour mener à bien les missions dans un cadre de travail adapté

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, 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 1 250 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 2024

982 OPÉRATIONS DE PROMOTION à l'attention de...

GRAND PUBLIC

399 campagnes de communication
38 événements dont **23** en format digital

PRESSE, MÉDIAS ET INFLUENCEURS INTERNATIONAUX

166 événements et conférences de presse dont **4** en ligne
996 influenceurs et journalistes accueillis en France

PROFESSIONNELS INTERNATIONAUX [LOISIRS ET AFFAIRES]

32 salons en France et à l'international [participation ou organisation]
229 événements professionnels [démarchage, workshops]
75 formations, **7 992** agents / tour-opérateurs formés
2 909 professionnels accueillis en France

PROFESSIONNELS FRANÇAIS

43 événements [webinaires, formations, ...]

INGÉNIERIE

200 conventions techniques et financières mises en place dans le cadre du plan Destination France avec distribution de **7,3** M€ de subvention

75 projets accompagnés dans le cadre du dispositif France Tourisme Ingénierie

OBSERVATION

1 400 campings participant au Baromètre de l'hôtellerie de plein air intégré au data hub « France Tourisme Observation »

QUALITÉ

1 800 hébergements collectifs marchands classés
800 opérateurs de voyage immatriculés
400 acteurs labellisés « Tourisme & Handicap »

02.RÉTROSPECTIVE

2024 | Une année de records

Chiffres clés 2024 DU TOURISME

À L'ÉCHELLE MONDIALE

1,4 milliard de touristes
[Retour au niveau prépandémie]

1 600 milliards de dollars
de recettes mondiales

+4% par rapport à 2019

Source : ONU Tourisme

FRANCE

100 millions de touristes
internationaux

Source : Estimations Atout France

71,3 milliards d'euros
de recettes internationales

+25% par rapport à 2019

15,8 milliards d'euros
de solde du poste voyage
de la balance des paiements

+12,4% par rapport à 2023

Source : Banque de France

451 millions de nuitées
dans les hébergements collectifs marchands **DONT**

138 millions de nuitées
internationales

+1,5% par rapport à 2023

Source : Insee

> Année exceptionnelle à bien des égards, 2024 restera dans les mémoires comme un excellent cru pour le tourisme en France.

Marquée par les commémorations des 80 ans du Débarquement de Normandie, l'effervescence d'un été olympique et la très attendue réouverture de Notre-Dame de Paris, cette année aura vu le secteur battre des records. Avec plus de 100 millions de touristes internationaux accueillis et 71 milliards d'euros de recettes internationales générées, la France a confirmé son rang de première destination mondiale. Le poste Voyage de la balance des paiements a affiché un excédent de plus de 15 milliards d'euros, témoignant de l'attractivité du pays.

S'agissant des dépenses, cinq marchés – Belgique, Royaume-Uni, Allemagne, Suisse et États-Unis – se sont particulièrement distingués, chacun ayant généré entre 7 et 10 milliards d'euros de recettes. Du côté de l'Asie, la reprise amorcée il y a deux ans poursuit sa progression.

Concernant la fréquentation, les départs en vacances des Français sont restés stables par rapport à l'an passé, tandis que les arrivées des clientèles internationales progressent légèrement, portées notamment par les voyageurs d'Europe du Nord et des États-Unis. Plusieurs marchés extra-européens, à l'image de l'Inde, du Mexique, du Canada ou de la Corée du Sud, renouent également avec une belle dynamique.

Côté hébergements, le locatif touristique voit sa part poursuivre sa progression [+14%], là où les autres formes d'hébergements marchands [hôtels, campings, résidences de tourisme…] affichent une stabilité, voire une légère érosion.

Enfin, la consommation touristique intérieure franchit un nouveau cap en 2024, atteignant 215 milliards d'euros selon les estimations d'Atout France, contre 210 milliards l'an dernier. Une dynamique portée à la fois par les clientèles internationales, qui représentent 83 milliards d'euros [soit 39%], et par les clientèles françaises, à l'origine de 132 milliards d'euros [61%].

03.ZOOM

Retour sur l'activité d'Atout France en 2024

Chiffres clés 2024
DU TOURISME EN FRANCE

JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024

11,2 millions de visiteurs
[touristes, excursionnistes et locaux]

3,1 millions de touristes
DONT

1,7 million de touristes internationaux

+13% par rapport à la même période en 2023, Américains, Britanniques et Allemands en tête

1,4 million de touristes français

Source : France Tourisme Observation

Campagne #ExploreFrance

2024 constituait la dernière année du plan Destination France, qui aura permis à Atout France de déployer de nombreux outils et dispositifs pour accompagner les professionnels du tourisme dans la relance post-Covid mais également de se projeter vers l'avenir en posant les bases d'un tourisme plus en phase avec les attentes des voyageurs d'aujourd'hui.

Engagées dans la mise en œuvre de 8 des 20 mesures de ce plan, les équipes d'Atout France se sont mobilisées pour déployer les actions les plus pertinentes permettant de positionner la France comme une destination de référence. Pour ce faire, 35 millions d'euros [20 millions d'euros sur le volet attractivité / promotion et 15 millions d'euros sur le volet ingénierie / observation] ont été confiés à l'Agence pour des actions à mener entre 2022 et 2024, dont certaines se prolongent en 2025.

Ces montants ont été investis en cohérence avec la feuille de route stratégique 2022-2024 d'Atout France, articulée autour de trois priorités : Éclairer, Transformer, Faire rayonner.

France Tourisme Observation, le data hub du tourisme français, a renforcé sa communauté d'utilisateurs partenaires tout en s'enrichissant de nouveaux modules de veille stratégique.

Pour répondre aux enjeux de durabilité, d'innovation et de modernisation de l'offre, Atout France a poursuivi le déploiement du dispositif France Tourisme Ingénierie et lancé plusieurs appels à manifestation d'intérêt. Les projets lauréats bénéficient aujourd'hui d'un accompagnement sur mesure pour passer à la phase opérationnelle.

En matière de promotion, les nombreuses actions menées à l'international autour des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ont contribué à mettre en lumière la richesse et la diversité des expériences proposées en France.

La 4ème édition de la campagne #ExploreFrance, co-construite avec 13 Comités régionaux du tourisme et une trentaine d'entreprises, a rencontré un franc succès, valorisant une découverte des destinations françaises sous un angle plus durable.

Enfin, des partenariats innovants — comme celui initié avec Netflix — ont permis de révéler à un large public de nouvelles facettes de la destination France, y compris des lieux méconnus et hors des sentiers battus.

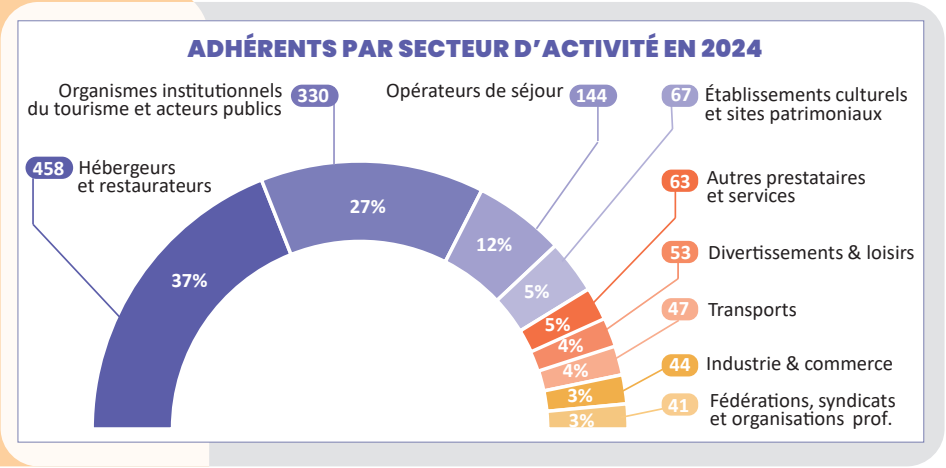
04. MOBILISER LE COLLECTIF

Une feuille de route partagée pour une efficacité optimisée

En fédérant les professionnels du secteur autour de collectifs de travail et d'objectifs partagés, Atout France a pleinement affirmé son rôle fédérateur et structurant pour le tourisme français. Les contrats de destination, les pôles territoires & filières et les nouveaux partenariats initiés ont en effet permis de structurer les dynamiques collectives au service d'un tourisme français toujours plus attractif et compétitif.

1 250 acteurs du tourisme partenaires

En 2024, 1 247 professionnels du tourisme ont fait le choix de s'appuyer sur Atout France pour accompagner le développement de leur activité. La diversité de leur profil est à l'image de la richesse du secteur : hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de destinations, sites patrimoniaux, culturels ou de loisirs, transporteurs... Ils sont à 67% des acteurs privés du tourisme et à 33% des acteurs institutionnels et publics.



Des partenariats stratégiques

En mars 2024, Atout France et le Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 ont signé une convention de partenariat visant à conforter la collaboration entre les deux entités, initiée dès la candidature de la France en octobre 2016. Une collaboration qui s'est fortement renforcée à l'approche de l'événement et depuis l'inscription au plan Destination France de la volonté de capitaliser sur les grands événements sportifs internationaux pour promouvoir la destination. Ce partenariat fructueux a donné lieu à de multiples collaborations dont la campagne *Open Doors, Open Games* menée par Atout France à l'international [Cf. page 18].

Par ailleurs, afin d'accélérer la visibilité de la destination France à l'international grâce à des campagnes de communication impactantes, Atout France a signé un partenariat avec le groupe Trip.com, l'agence mondiale de voyages en ligne, leader en Asie. Grâce à cette collaboration, de beaux dispositifs ont vu le jour pour promouvoir la Dordogne Périgord auprès des Britanniques, ainsi que Tahiti et ses îles et la Provence sur le marché chinois.

Renforcer l'efficacité collective par la contractualisation avec les territoires

En 2024, la politique de contractualisation d'Atout France avec les Régions a connu un nouvel élan avec la conclusion de deux contrats supplémentaires : le Contrat Cadre « Bourgogne - Franche - Comté » et le Contrat de Destination « Limoges ».

Avec la signature, en juillet 2024, du Contrat Cadre « Bourgogne - Franche - Comté », Atout France a renforcé son accompagnement des acteurs du tourisme régional pour mieux valoriser la destination sur plusieurs marchés stratégiques : Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Royaume-Uni et États-Unis. Ces marchés ont été identifiés comme prioritaires à l'issue d'une étude menée par Atout France entre 2023 et 2024 sur le potentiel post-Covid de neuf marchés émetteurs pour la destination.

Des dispositifs de promotion ont été mis en œuvre pour la Bourgogne, les Montagnes du Jura, le Massif des Vosges et la Vallée de la Gastronomie [en lien avec la région Auvergne-Rhône - Alpes] dans le cadre des contrats de destination. Cette démarche intègre également la valorisation des filières identifiées comme prioritaires par le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs.

En complément, un appel à manifestation d'intérêt a été lancé en Bourgogne - Franche - Comté pour accompagner des porteurs de projets touristiques. Ce dispositif, qui prévoit huit journées d'ingénierie dédiées à la réalisation d'un diagnostic de développement, sera déployé auprès de cinq lauréats en 2025. Les Carrières d'Aubigny ont été retenues comme pilote test.

Avec le Contrat de Destination Limoges, signé en mai 2024, Atout France accompagne activement la valorisation de la destination auprès des clientèles belge et britannique, en s'appuyant sur deux marqueurs identitaires forts du territoire. Le premier met en avant les savoir-faire d'exception, avec en figures de

proue la porcelaine de Limoges et la tapisserie d'Aubusson, reconnues à l'international, aux côtés d'autres filières artisanales emblématiques. Le second axe valorise l'écotourisme, en tirant parti de la richesse naturelle préservée du territoire et grâce à une offre mêlant activités de pleine nature, gastronomie locale [slow food] et authenticité. Ces deux axes résonnent pleinement avec les aspirations des voyageurs en quête de sens et de pratiques plus responsables. Un travail collectif a été mené pour affiner ce positionnement et construire des éléments de communication partagés.

Les 9 contrats cadres aujourd'hui actifs et / ou signés avec les Régions de métropole ont permis de mettre en œuvre des actions de promotion pour plus de 30 marques de destinations en 2024. Ainsi, environ 165 campagnes ont été réalisées conjointement, dont 75% dans le cadre de la campagne internationale #ExploreFrance.

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

En 2024, Atout France a agi en faveur d'un tourisme durable en mobilisant ses ressources aux côtés d'acteurs réunis au sein de ses huit « Pôles territoires & filières ». Ces espaces de concertation ont permis de co-construire des actions collectives visant à transformer l'offre et à renforcer son attractivité internationale. Les démarches engagées se sont inscrites en cohérence avec les Contrats de destination, les dispositifs de promotion #ExploreFrance et les programmes d'ingénierie associés aux plans Destination France et Avenir Montagnes.

Quelques exemples d'actions

L'Explore France Festival à Londres |

4ème édition du Conseil supérieur du tourisme des Outre-mer au salon IFTM Top Résa

Inauguration de la 10ème édition de Destination Vignobles à Angers

CULTURE, PATRIMOINE, ART DE VIVRE

En partenariat avec l'Institut français et avec l'appui du bureau Atout France au Royaume-Uni, le Pôle Culture, Patrimoine, Art de Vivre a organisé l'Explore France Festival à Londres. De nombreux musées et destinations françaises ont présenté leur programmation culturelle aux professionnels du tourisme, grand public et médias britanniques férus d'art et d'histoire !
En parallèle, un voyage d'étude au Design Museum a été l'occasion de s'inspirer de bonnes pratiques en matière de transition durable, d'innovation et de développement des ressources propres.

OUTRE-MER

Organisée par Atout France et la Direction générale des outre-mer, la 4ème édition du Conseil supérieur du tourisme des Outre-mer [CSTOM] s'est tenue le 17 septembre à Paris, dans le cadre du salon IFTM Top Résa. L'événement, présidé par Olivier Jacob, préfet, Directeur général des outre-mer, a réuni plus de 150 participants autour de 3 thématiques déclinées en tables rondes : tourisme et sport, la desserte aérienne des Outre-mer et l'hébergement touristique. Afin de compléter cette séquence, Atout France, la DGOM et Air France ont organisé un événement professionnel qui a mis en relation 59 acteurs du tourisme ultra-marins avec 20 tour-opérateurs internationaux afin de développer leurs relations commerciales et ainsi conforter leurs parts de marché auprès des clientèles étrangères.
Atout France est engagée dans 5 contrats cadre avec les destinations ultra-marines [Nouvelle Calédonie, Guadeloupe, Mayotte, Polynésie Française, Guyane].

ŒNOTOURISME

C'est à Angers, en Pays de la Loire, qu'Atout France a convié les acteurs de l'œnotourisme pour la 10ème édition de Destination Vignobles. 168 tour-opérateurs internationaux et 163 exposants français étaient présents pour cette édition record qui reflète le fort potentiel de développement de la filière.

Des données pour anticiper, piloter et mesurer la performance

Afin de répondre aux besoins d'éclairage des professionnels, Atout France a poursuivi l'intensification de son activité d'observation et de veille, notamment via le développement de France Tourisme Observation, qui centralise différents indicateurs de performance touristique de la destination France.

France Tourisme Observation

Dans le cadre du plan Destination France et de son partenariat avec la Banque des Territoires, Atout France construit depuis 2022, en collaboration étroite avec de nombreux acteurs du tourisme, un outil d'observation capable d'agréger et d'analyser les données issues des différents territoires et filières du secteur et permettant ainsi de suivre l'évolution de l'activité touristique en France en quasi temps réel.

France Tourisme Observation poursuit une triple ambition : décrypter les évolutions culturelles pour optimiser les choix de chacun, analyser les transformations structurelles pour piloter l'attractivité et la compétitivité de l'économie touristique et enfin conduire des travaux de prospective pour mieux anticiper le futur et pouvoir s'adapter sans tarder.

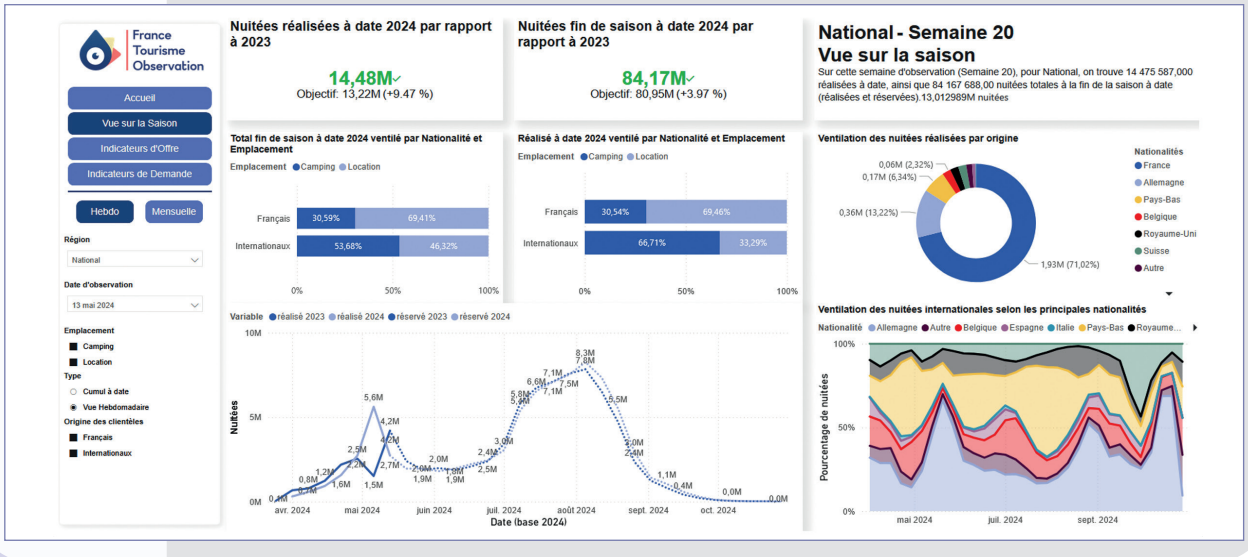
En 2024, Atout France a poursuivi le développement de plusieurs observatoires et baromètres thématiques intégrés à France Tourisme Observation :

- Arrivées aériennes internationales ;
- Intentions de voyages des Français et des touristes internationaux ;
- Fréquentation par type d'hébergements [hôtellerie, hôtellerie de plein air, location entre particuliers via les plateformes en ligne de type Airbnb] ;
- Tableau de bord du tourisme urbain dans le cadre de City Trends, qui réunit une quinzaine de métropoles ;
- Analyse des dépenses touristiques, etc.

Des données d'ordre plus qualitatif, liées par exemple à la satisfaction des visiteurs ou au niveau d'acceptabilité des résidents sont en cours de déploiement.

Dans les prochains mois, d'autres observatoires comme ceux relatifs à la consommation de l'eau ou de l'énergie viendront enrichir le futur Tableau de bord du tourisme durable qui sera pleinement intégré en 2025 à France Tourisme Observation. Ce dernier proposera plusieurs indicateurs de suivi déclinant plusieurs objectifs stratégiques relatifs à la décarbonation, la sobriété en consommation de ressources naturelles mais aussi à l'accessibilité, l'emploi et l'attractivité.

En 2024, France Tourisme Observation a réuni plus de 100 acteurs [CDTs, CRTs, Fédérations professionnelles, ADN Tourisme, ministères, CDC…], fédérés dans une dynamique de mutualisation, pour co-construire de nouveaux outils de pilotage et d'évaluation, et générer des économies d'échelle.

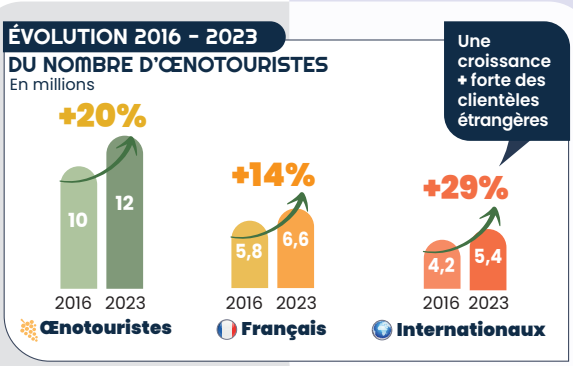


Études conjoncturelles et thématiques

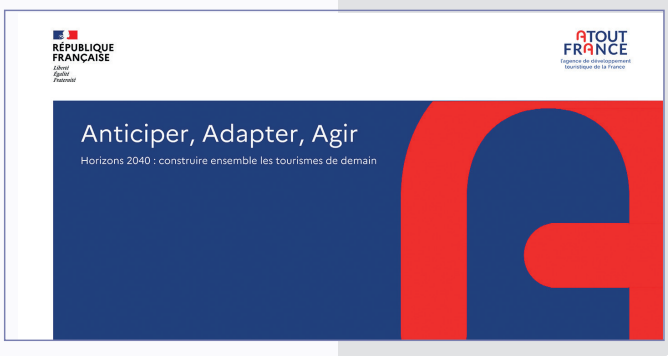
Tous les mois, Atout France a mis à disposition des professionnels une *Note de conjoncture de l'économie touristique* permettant d'assurer un suivi régulier des performances de la destination et a, durant la saison hivernale, effectué une évaluation de la fréquentation des stations de montagne, en partenariat avec l'Association nationale des maires de stations de montagne [ANMSM], qui ont fait l'objet de communications.

En complément, 2 études de cadrage ont été conduites sur des thématiques spécifiques :

- Une analyse de l'attractivité du tourisme de montagne en hiver et en été auprès des Français avec de nombreux chiffres clés inédits qui ont été présentés aux Rencontres de Destination Montagnes en janvier 2025 à Grenoble.
- Une actualisation des chiffres clés de l'œnotourisme, démontrant que cette filière enregistre une forte croissance et présente encore d'importants potentiels de développement.



Atout France et les lauréats du Challenge étudiants « Horizons 2040 » au salon Rendez-vous en France



Prospective : #Horizons2040

En décembre 2023, Atout France avait présenté ses travaux de prospective « Horizons 2040 » visant à identifier les facteurs de transformation du tourisme et de son environnement. Ces travaux se sont poursuivis en 2024 avec l'organisation d'un Challenge étudiants déployé au niveau national, qui a mobilisé 220 étudiants et 7 écoles. Cette action a permis de faire émerger 42 projets, dont les meilleurs ont été récompensés lors du salon Rendez-vous en France organisé à Toulouse.

La démarche « Horizons 2040 » a également fait l'objet de plusieurs présentations en régions afin que chacun puisse s'en saisir à l'échelle de son territoire.

Enfin, le guide « Anticiper, Adapter, Agir » a été mis à disposition des professionnels pour les aider à réaliser un diagnostic complet de leur territoire ou filière, d'identifier les risques potentiels, d'analyser les impacts à l'horizon 2040 et de dégager des leviers d'action possibles.

Lettres de veille internationale

Réalisées avec l'appui de son réseau international, l'Agence propose ces lettres de veille permettant aux professionnels de s'inspirer des pratiques existantes à l'étranger. Ils y retrouvent un panorama de bonnes initiatives mises en œuvre par les acteurs du tourisme à l'international mais également les dernières tendances, produits ou modes de voyages en vogue à l'étranger. En complément, Atout France a édité un cahier des tendances annuel reprenant les tendances déjà installées à l'international.

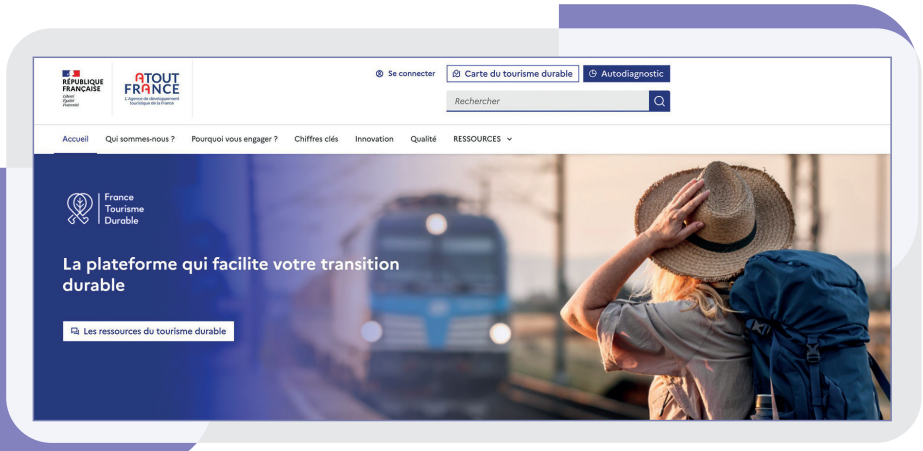
06. TRANSFORMER
Vers un tourisme plus durable

En 2023, Atout France a lancé de nouvelles initiatives visant à accélérer la transition vers un tourisme durable, en cohérence avec les objectifs du plan Destination France et les orientations de l'État.

Francetourismedurable.gouv.fr

En 2024, Atout France a mis à disposition de tous les acteurs du tourisme une nouvelle plateforme en ligne leur permettant d'accélérer leur transition durable. Véritable centre de ressources, elle réunit toutes les aides et outils proposés par une multitude d'organismes mais également des solutions et bonnes pratiques déjà expérimentées.

En complément, la plateforme propose un outil d'autodiagnostic gratuit permettant à chacun d'évaluer en 10 mn son niveau de durabilité et d'avoir accès à 500 ressources opérationnelles et recommandations de solutions parfaitement adaptées à ses besoins pour progresser, avec renvoi vers les partenaires touristiques territoriaux de proximité concernés.



▲ *www.francetourismedurable.gouv.fr*

Appels à manifestation d'intérêt

Appel à manifestation d'intérêt « Transition durable »

Pour faire face aux pics de fréquentation qui touchent certains territoires français, le Gouvernement a lancé en juin 2023 une stratégie nationale de gestion des flux touristiques, avec pour objectif de préserver l'équilibre entre attractivité locale et protection des lieux et de leur biodiversité. Dans ce cadre, Atout France a lancé un appel à manifestation d'intérêt et sélectionné 25 projets très structurants pour les territoires concernés qui bénéficient d'une subvention pouvant aller jusqu'à 200 000 € et d'un accompagnement de 18 mois en 2024 / 2025.

Cet appel à manifestation d'intérêt est le second venant favoriser la transition durable de l'offre touristique. Le précédent avait permis de sélectionner 31 projets dont plusieurs traitaient des enjeux liés aux mobilités bas carbone ou à l'accessibilité. Un troisième est en cours et porte sur les enjeux de meilleure maîtrise de la consommation en eau dans les différentes filières touristiques, il devrait permettre d'accompagner 15 nouveaux projets en 2025.

Appel à manifestation d'intérêt « Destinations Digitales »

En 2024, Atout France a organisé la 2ème édition de sa démarche « Destinations digitales » pour renforcer les stratégies de marketing numérique des acteurs touristiques constitués en réseaux [territoriaux ou par filière] via l'organisation d'appels à manifestation d'intérêt thématiques. 11 nouveaux réseaux d'acteurs rejoignent ainsi les 12 sélectionnés lors de la précédente édition.

Le programme, doté de 3,2 millions d'euros, permet ainsi à plus de 300 destinations et entreprises membres de ces 23 réseaux de bénéficier d'une expertise leur permettant de renforcer leur visibilité numérique [site Internet et réseaux sociaux], et de déployer de nouveaux moyens d'action pour leur marketing digital en France et à l'international.

LES LAURÉATS 2024

- ANETT ;
- Association française des Maîtres Restaurateurs ;
- Fédération nationale Accueil Paysan ;
- UCRIF - Union Centres Rencontres Internationales de France ;
- Fédération française des stations vertes de vacances et des villages de neige ;
- Fédération Vignobles & Découvertes ;
- Association des Biens français du patrimoine mondial ;
- Association nationale des Villages de Gîtes ;
- Les Entreprises du Voyage ;
- Fédération française de voile ;
- Les vignerons indépendants.

France Tourisme Ingénierie — RÉINVENTER LE PATRIMOINE

France Tourisme Ingénierie — RÉNOVATION DES STATIONS

France Tourisme Ingénierie — PROJETS STRUCTURANTS

Dispositifs France Tourisme Ingénierie

Dans le cadre de son partenariat avec la Banque des Territoires, Atout France apporte des accompagnements en ingénierie à de nombreux porteurs de projets d'investissement et acteurs territoriaux. Objectif : pouvoir réhabiliter, reconvertir, redonner vie à des bâtiments via un usage touristique bénéficiant à l'économie territoriale.

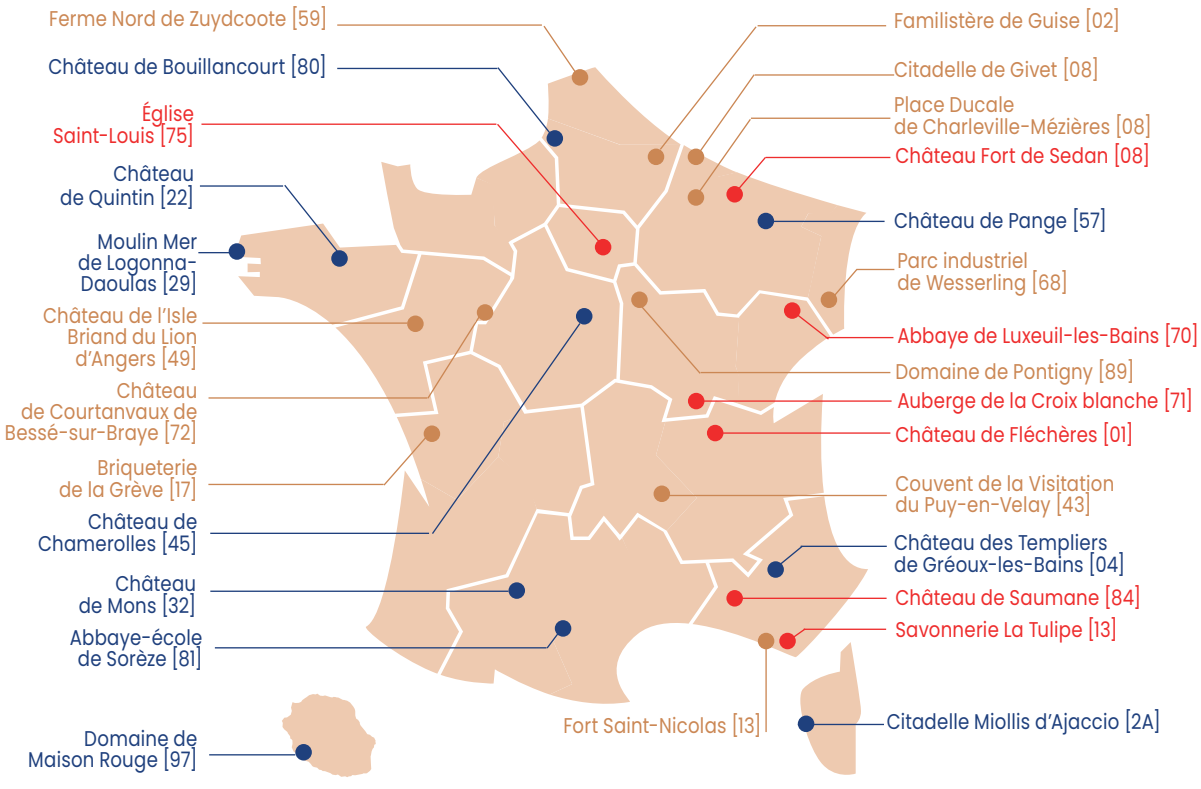
Le plan Destination France a permis d'accroître de 20% le nombre de projets accompagnés [75 en 2024] via les 3 programmes France Tourisme Ingénierie existants. Une offre de séminaires en ligne a également été déployée mettant en relation plus de 200 partenaires territoriaux avec des entreprises du secteur de l'hébergement, des loisirs ou de la culture souhaitant se développer et à la recherche de nouveaux sites d'implantation. Les crédits mobilisés en 2024 se sont élevés à 1,5 million d'euros.

FOCUS SUR LE PROGRAMME « RÉINVENTER LE PATRIMOINE »

« Réinventer le patrimoine » a pour ambition d'accompagner le développement d'activités économiques, touristiques et culturelles, au sein de bâtis remarquables, dans des perspectives de sauvegarde du patrimoine, d'attractivité et d'animation des territoires.

Depuis sa création en 2020, le programme a bénéficié à 3 promotions de lauréats et 26 projets ont été ou sont accompagnés. Trois sites ont ouvert leurs portes en 2024 : la Citadelle de Marseille, le Domaine de Pontigny dans l'Yonne et le château de Bouillancourt-en-Séry dans la Somme.

SITES LAURÉATS « RÉINVENTER LE PATRIMOINE »



07. TRANSFORMER

Innover pour rester compétitifs et attractifs

En 2024, Atout France a poursuivi son action pour amplifier l'intégration de l'innovation au sein de l'offre touristique française, en détectant des solutions novatrices, en accompagnant leur développement et en les valorisant auprès de l'ensemble de l'écosystème touristique.

Innovation touristique & terrains d'expérimentation

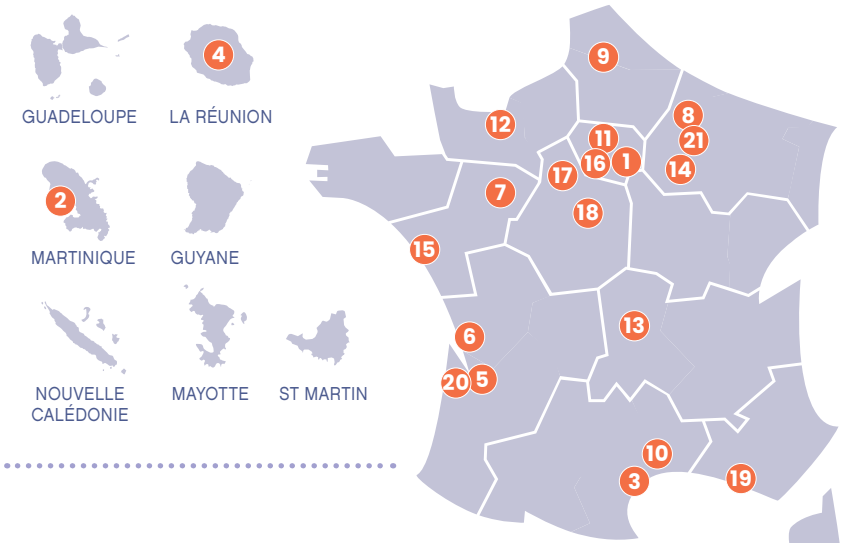
Afin de soutenir le développement des startups du tourisme français, tout en répondant aux besoins spécifiques des destinations, entreprises ou filières du tourisme, Atout France a organisé un deuxième appel à manifestation d'intérêt « Innovation touristique & terrains d'expérimentation » dans le cadre du Plan Destination France.

8 nouvelles plateformes [incubateurs, accélérateurs touristiques territoriaux ou groupements professionnels…] ont été sélectionnées, complétant les 13 premières, retenues lors de la première édition de l'appel à manifestation d'intérêt.

Grâce à un partenariat étroit initié avec elles, ce sont donc 21 plateformes d'appui à l'innovation qui ont accompagné, en 2024, une soixantaine d'expérimentations en métropole et en outre-mer, associant un territoire et une startup. L'appui financier pour ces 2 premiers appels à manifestation s'est élevé à 1,4 million d'euros.

Un 3ème AMI Innovation a été lancé fin 2024 dont les lauréats ont été sélectionnés au premier semestre 2025.

Les lauréats de l'AMI Innovation et terrains d'expérimentation



1. Cap Digital [75]
2. Comité Martiniquais du Tourisme [97]
3. Communauté d'Agglomération Hérault Méditerranée [34]
4. Fédération Réunionnaise du Tourisme [97]
5. GIP du Littoral Aquitain [33]
6. Lekko [17]
7. Le Mans Innovation [72]
8. Meuse Attractivité [55]
9. CDT du Pas-de-Calais [62]
10. Open Tourisme Lab [30]
11. Paris & Compagnie [75]
12. Pole TES [14]
13. Route des Villes d'Eaux du Massif Central [63]
14. Agence Départementale du Tourisme de l'Aube en Champagne[10]
15. Société publique régionale des Pays de la Loire [44]
16. VIPARIS [75]
17. Chartres Métropole [28]
18. CRT Centre - Val de Loire [45]
19. Linkeus [13]
20. Agence de Développement et d'innovation de Nouvelle-Aquitaine [33]
21. Agence de Développement Touristique de la Marne [51]

Faire connaître les solutions innovantes

Afin de faire connaitre les nouvelles innovations aux professionnels du tourisme français, Atout France a orga-nisé plus d'une quinzaine de webinaires « Tourism' Innov » et de pitchs en 2024 sur des thématiques liées aux principaux enjeux de développement touristique [hébergements innovants, accessibilité, gestion des flux, etc.] mais également appliqués à des filières ou thématiques particulières [gastronomie, cyclo-tourisme, œnotourisme, etc.] en lien avec ses Pôles Territoires et Filières.

Ces échanges directs avec les entreprises complètent utilement le programme de formations en ligne et en présentiel proposé par Atout France. Le GIE est en effet agréé Qualiopi, garantissant une exigence dans ce domaine. En 2024, une quinzaine de formations ont été mises en œuvre pour apporter des éclairages utiles aux enjeux actuels : impact de l'IA dans les pratiques touristiques, l'opportunité d'investir dans l'accessibilité…

Enfin, les startups françaises de la Travel Tech ont été valorisées grâce à des espaces Innovation dédiés au sein des 3 salons organisés par Atout France [Destination Montagnes, Rendez-vous en France et Destination Vignobles].

Atout France a également renforcé son engagement auprès de la DGE [Programme « France Tourisme Tech »] en participant activement à la sélection de la nouvelle promotion et en valorisant les startups de la promotion précédente auprès des adhérents du GIE. L'Agence a par ailleurs été présente à tous les temps forts liés à l'innovation de Business France et de BPI France [ex : lors de l'événement BIG organisé par BPI France].

08. TRANSFORMER

Maximiser la satisfaction des voyageurs

Afin d'optimiser la qualité de l'expérience touristique en France, Atout France a poursuivi l'animation des dispositifs qualité qu'elle pilote et s'est vue confier en 2024, celle des 2 labels d'État Tourisme & Handicap et Destination d'excellence.

En tant qu'opérateur de l'État, Atout France pilote quatre procédures réglementaires concourant au développement d'un tourisme plus qualitatif, inclusif et compétitif :

- L'immatriculation des opérateurs de voyages ;
- Le classement des hébergements touristiques marchands dont la distinction palace,

Et depuis le 1er mai 2024 :

- La labellisation Destination d'excellence ;
- La labellisation Tourisme & Handicap.

Immatriculation des opérateurs de voyages et de séjours

Cette procédure vise à assurer la protection des voyageurs lors de leurs déplacements et séjours en France ou l'étranger. La montée des aléas de toute nature ou les difficultés économiques de certains tour-opérateurs ont montré l'utilité de cette démarche obligatoire pour tout professionnel souhaitant vendre des voyages. À fin 2024, 6 668 opérateurs étaient immatriculés en France [dont 1 820 ont fait l'objet de leur première immatriculation ou d'un renouvellement par Atout France]. Ce dernier chiffre connaitra une augmentation en 2025 car 2 550 opérateurs devront renouveler leur immatriculation.

Afin de contribuer activement à la fiabilisation de la démarche, Atout France et Les Entreprises du voyage collaborent pour prodiguer des conseils utiles et pratiques en matière de choix de garant.

Classement des hébergements

Le classement des hébergements collectifs marchands, facultatif et valable cinq ans, constitue un repère de qualité pour les consommateurs. Il représente un signe distinctif de qualité en apportant des garanties aux consommateurs sur la nature de l'offre d'hébergement proposée. À fin 2024, environ 20 000 établissements étaient classés dont 12 700 hôtels, 5 580 campings, 1 480 résidences de tourisme, 520 villages de vacances et 85 auberges collectives.

Chaque année, Atout France effectue environ 1 800 à 2 000 procédures de classement et procède à l'actualisation de certains référentiels de classement. En 2024, l'Agence a piloté l'actualisation du référentiel concernant les villages de vacances.

Par ailleurs, Atout France a également la charge de la distinction Palace. La réforme entrée en vigueur le 1er octobre 2024, a notamment vu la durée d'attribution de la distinction, passer de 5 à 3 ans afin de garantir son caractère d'excellence. Fin 2024, 31 établissements étaient distingués et d'autres étaient primo candidats, une cinquantaine de dossiers seront donc étudiés en 2025.

Destination d'excellence

Le nouveau label Destination d'excellence vise au renforcement de la qualité et des exigences de durabilité sur tout le champ de l'offre touristique : hébergements, restauration, lieux de visites ou de loisirs, lieux d'information touristiques [offices de tourisme notamment], transports. Il se substitue à la marque « Qualité Tourisme » depuis mai 2024 et intègre en complément une dimension plus durable. Fin 2024, 4 800 établissements étaient labellisés.

Tourisme & Handicap

Le label Tourisme & Handicap contribue à mieux répondre aux besoins des personnes en situation de handicap, quel que soit le handicap : moteur, visuel, auditif et mental, afin de permettre à chacun de choisir ses vacances et ses loisirs en toute liberté. Le label garantit notamment l'accès facilité aux bâtiments et aux prestations des établissements ainsi qu'un accueil personnalisé proposant attention et bienveillance. Le label concerne les hébergements, la restauration, les lieux de visite, les activités de loisirs et culturelles, ou encore les lieux d'information touristique.

Fin 2024, 3 700 établissements étaient labellisés Tourisme & Handicap. La procédure de labellisation se déploie en partenariat étroit avec la Direction générale des entreprises, ADN Tourisme et l'association Tourisme & Handicaps, avec l'objectif d'atteindre 4 500 labellisés fin 2025.

Soutenir les filières grâce à des actions sur mesure

Montagnes

Dans le cadre du plan Avenir Montagnes, Atout France mène, aux côtés de France Montagnes, des massifs et de partenaires privés, un ensemble d'actions de communication visant à renforcer la fréquentation des massifs tout au long de l'année, à diversifier et rajeunir les clientèles, et à valoriser les initiatives durables.

En 2024, 5,4 millions d'euros ont été mobilisés par Atout France et ses partenaires, permettant le déploiement de 70 campagnes ciblées, dont 84% ont porté sur la saison hivernale. Priorité a été donnée au marché domestique et aux clientèles européennes de proximité, sans négliger les marchés porteurs comme l'Europe centrale et orientale, les États-Unis et le Canada.

Ces actions, menées sous la marque « *La Montagne, ça vous gagne* » sur le marché domestique, ont favorisé la commercialisation de séjours avec des acteurs privés et ont mis en avant, en lien avec SNCF Connect & Tech, les massifs accessibles en train.

Les campagnes menées en Europe ont conjointement dépassé 117 millions d'impressions et 21 millions d'euros de chiffre d'affaires [avec notamment plus de 56 000 nuitées vendues].

En matière d'ingénierie, Atout France et la Banque des Territoires déploient depuis 5 ans le programme « *France Tourisme Ingénierie – Rénovation des stations de montagne* ». Celui-ci stimule la rénovation de l'immobilier de loisir d'un échantillon pilote de 25 stations via une action auprès des copropriétés clés. Grâce à ce programme, de nouveaux outils d'accompagnement des copropriétés ont été conçus qui ont vocation à être diffusés auprès de tous les massifs.

Campagne d'affichage menée aux Pays-Bas

Outre-mer

Conformément aux stratégies co-construites dans le cadre des contrats-cadres établis avec les destinations ultramarines, Atout France a déployé plusieurs dispositifs de communication ciblés.

NOUVELLE-CALÉDONIE

Un plan de relance a été activé pour restaurer l'image de la destination sur le marché domestique, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Les campagnes ont généré plus de 3 millions d'impressions et une tournée en Australie a permis aux professionnels néo-calédoniens de rencontrer 800 agents de voyages locaux.

ÎLES DE GUADELOUPE

Une campagne de notoriété et de conversion a été lancée pour stimuler les départs depuis les marchés américain et européen, avec plus d'un million d'impressions à la clé.

Campagne digitale Tahiti et ses îles

POLYNÉSIE FRANÇAISE

Deux campagnes digitales – dont l'une menée avec le groupe Trip.com, générant plus de 11 millions d'impressions – et une tournée médiatique ont été mises en place pour reconquérir les clientèles asiatiques, notamment chinoises.

À noter également, dans le cadre du Contrat de destination Tahiti et ses Îles, l'appui apporté à la destination sur deux actions phares :
La conduite d'une étude technique permettant d'évaluer le secteur touristique de Tahiti et ses Îles sur la base des standards établis par Conseil mondial du tourisme durable [GSTC]. Cela a permis d'élaborer un véritable plan de transformation durable, doté de fiches actions, consultable par les différentes parties prenantes sur un site web dédié.

Parallèlement, une mission d'assistance a été menée pour structurer un plan de développement du tourisme de randonnée, donnant lieu à une note stratégique et à un guide opérationnel pour l'aménagement des sentiers.

Des actions complémentaires ont également été menées en collaboration avec la Direction générale des outre-mer, dont une campagne avec le Comité Martiniquais du Tourisme dans le cadre de sa démarche de reconquête des clientèles domestiques [plus de 5 millions d'impressions sur eDreams].

Côté ingénierie, 2 appels à manifestation d'intérêt thématiques ont été organisés dans le cadre du plan Destination France, afin d'accompagner la transition durable des hébergements touristiques et stimuler une meilleure valorisation touristique des sites culturels et patrimoniaux. 23 projets bénéficient aujourd'hui de cet accompagnement technique et financier avec une aide financière globale de 1 M€.

TOURISME D'AFFAIRES
Accueil des organisateurs d'événements MICE durant les Jeux de Paris 2024

THERMALISME
Campagne d'influence « Villes d'eaux, villes de bien-être » avec Marine Lorphelin

Une dynamique renforcée pour le tourisme d'affaires

La filière des rencontres et événements professionnels, levier clé d'attractivité pour la France, a bénéficié en 2024 d'un plan d'action ambitieux doté de plus d'un million d'euros. Ce budget a permis des actions de promotion B2B ciblées vers les marchés européens et nord-américains.

Les Jeux de Paris 2024 ont, par exemple, été pour Atout France l'occasion de valoriser le savoir-faire français en matière d'hospitalité et d'innovation. L'Agence a ainsi convié plusieurs organisateurs d'événements internationaux à prendre part à des accueils exclusifs sur la période de l'événement avec un programme inspirant, intégrant épreuves olympiques, conférence et rencontre avec des experts, découverte de lieux événementiels…

La campagne *The French Way* a par ailleurs poursuivi son déploiement afin de sensibiliser les prescripteurs internationaux.

Les professionnels du tourisme d'affaires ont également pu valoriser leur offre en intégrant les Pavillons France proposés par Atout France sur les salons majeurs du secteur [IMEX, IBTM World…]. Enfin, un voyage d'étude à Barcelone a contribué à la montée en compétences des acteurs notamment sur le sujet de la durabilité.

À noter également, l'accompagnement des lauréats sélectionnés suite à un appel à manifestation d'intérêt dédié à la filière MICE organisé dans le cadre du Plan Destination France. 11 projets de réinvestissement ont ainsi bénéficié d'une dotation de 500 000 euros mobilisée pour cofinancer des études d'ingénierie portant en particulier sur la rénovation de plusieurs parcs d'expositions ou de palais des congrès [Lyon, Toulouse, La Baule, Évian, Dijon, Annecy, Biarritz, Antibes…].

Appui à la filière thermale

La deuxième année du « plan Destinations thermales » a inclus un nouveau volet promotionnel visant à valoriser le potentiel de la filière en matière de bien-être. En 2024, Atout France s'est ainsi associée à un collectif d'acteurs du secteur* pour lancer un nouveau volet de la campagne d'influence « Villes d'eaux, villes de bien-être » avec les influenceurs Marion Rousse, Marine Lorphelin et les BestJobers, dans l'objectif de :

- Valoriser la diversité des activités proposées par les établissements et les stations thermales ;
- Favoriser la fréquentation au printemps et en été pour mieux répartir les flux touristiques au long de l'année ;
- Capter de nouvelles clientèles plus jeunes en valorisant les sites patrimoniaux à découvrir dans ces destinations.

Ces actions ont été soutenues grâce à un budget de 370 000 euros investis par Atout France et ses partenaires.

Le volet en ingénierie du plan Destinations thermales a permis d'accompagner les destinations qui en ont exprimé le besoin. En complément, Atout France a cofinancé le développement d'un observatoire de la filière thermale et a conçu un programme de journées techniques axées sur les enjeux de diversification vers le bien-être.

* *26 villes thermales, 1 Comité départemental du tourisme, 3 exploitants du tourisme thermal, 2 associations et 2 acteurs privés.*

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

À l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, Atout France s'est pleinement mobilisée pour faire de cet événement mondial une vitrine exceptionnelle de la destination France. Saisissant cette opportunité unique, l'Agence a déployé de nombreuses actions pour renforcer l'attractivité touristique du pays et valoriser son savoir-faire en matière d'accueil et d'organisation d'événements.

Capitaliser sur les Jeux

Suivis par environ 5 milliards de personnes, les Jeux de Paris 2024 ont représenté 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]. En association avec le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques, Atout France a mené diverses actions à l'international afin d'inciter les détenteurs de billets [12 millions de billets vendus] à prolonger leur séjour et explorer les destinations françaises. Il s'agissait également de contribuer à la diffusion d'informations pratiques et à la réassurance des publics et des prescripteurs.

Quelques exemples d'actions

- Une campagne de communication internationale, s'appuyant sur un film signature *Open Doors, Open Games* réalisé pour l'occasion, et intégrant de nombreux contenus créés pour inspirer les voyageurs avec des idées de séjours dans toute la France.
- Un relai sur l'écosystème *France.fr* comprenant une amplification sur les réseaux sociaux Explore France et la création d'une landing page dédiée sur France.fr
- 13 conférences de presse à l'international, avec l'appui du réseau diplomatique qui ont réuni plus de 700 journalistes et généré 230 articles. Un accueil de presse multi marchés a aussi été organisé à Paris, Lille et Marseille en janvier pour 19 journalistes internationaux.
- L'accueil de professionnels du tourisme internationaux [agences et acheteurs] pendant les Jeux pour promouvoir le savoir-faire français en matière d'organisation d'événements MICE.
- Pour finir, les Jeux ont été valorisés sur les salons internationaux BtoB [MICE et Loisirs] auxquels Atout France a pris part et une conférence a été organisée lors de Rendez-vous en France à destination de la presse professionnelle.

Bienvenue en France
CONSEILS GAGNANTS POUR ACCUEILLIR LE MONDE !

Un accueil exemplaire grâce à « Bienvenue en France »

Afin d'offrir un accueil optimal aux visiteurs venus en France à l'occasion des Jeux, Atout France a mis à disposition des professionnels du tourisme le dispositif « Bienvenue en France, conseils gagnants pour accueillir le monde ».

Avec l'appui de nombreux partenaires [offices de tourisme, aéroports de Paris, fédérations professionnelles…], une centaine de vidéos ludiques [3,6 millions de vues] mettant l'accent sur les attentes spécifiques et certaines habitudes culturelles des visiteurs de 17 nationalités étrangères ont ainsi été conçues et diffusées sur la chaîne Youtube d'Atout France et les principaux réseaux sociaux s'adressant aux hébergeurs, restaurateurs, commerçants, transporteurs, taxis, VTCs.

Les enjeux d'accessibilité ont été spécifiquement pris en compte sous forme de plusieurs vidéos thématiques conçues avec le concours de l'Association Tourisme & Handicaps.

Ce programme a été déployé en association avec le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques et s'est également inscrit dans le cadre de la campagne « marque France », incarnée par la signature « MAKE IT ICONIC. Choose France ».

« Bienvenue en France » a poursuivi son développement après les Jeux à travers des actions de gamification de type « serious game » [quizz en ligne pour tester ses connaissances].

2 appels à manifestation d'intérêt « Spécial Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024 »

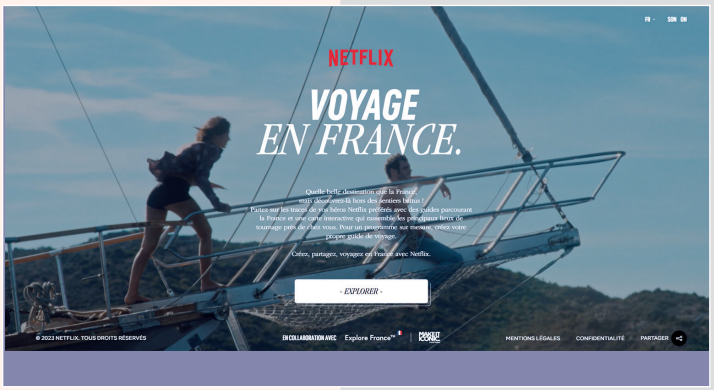
Dans le cadre du Plan Destination France, Atout France s'est mobilisée afin d'apporter un appui en ingénierie et un soutien financier aux projets aptes à enrichir les expériences de voyage autour des compétitions sportives et du passage de la Flamme olympique dans de nombreux territoires, tant en métropole qu'en outre-mer.

Un premier appel à manifestation d'intérêt a porté sur l'optimisation du parcours client. 12 projets ont ainsi été accompagnés permettant d'améliorer le confort des voyageurs, de favoriser l'accessibilité ou de capitaliser sur le numérique pour mieux connecter offres de mobilité et activités de loisirs, culturelles ou sportives.

Un second projet avait pour objectif de faire découvrir la gastronomie et les productions agricoles et viticoles françaises par le biais d'événements. Ainsi, 20 rendez-vous gourmands et festifs ont ainsi fait l'objet d'un appui technique et financier lors du passage de la Flamme ou durant les épreuves olympiques et paralympiques à Paris et hors Paris.

Les projets accompagnés ont bénéficié d'une subvention globale de 2,5 M€.

UN PARTENARIAT INNOVANT AVEC NETFLIX



Plusieurs études démontrent que les films et séries constituent de puissants vecteurs de promotion des destinations touristiques. Forts de ce constat, Netflix et Atout France ont souhaité s'associer en faveur du rayonnement de la France.

Une campagne publicitaire « On n'a pas fini d'imaginer la France » a donc vu le jour en février 2024, ainsi qu'une collection inédite de guides touristiques afin de découvrir la France autrement, dans les pas des héros Netflix : Emily, Lupin… et bien d'autres.

Le guide en ligne accessible sur *netflix-en-france.fr* propose une douzaine de parcours thématiques, un générateur de guides personnalisés et une sélection de plus de 70 lieux liés à des films et des séries iconiques, à l'aide d'une carte interactive.

Une attention particulière a été portée à la valorisation de sites moins connus et fréquentés, offrant une alternative aux lieux emblématiques de la destination, afin favoriser une meilleure répartition des flux touristiques sur le territoire.

Ce dispositif s'inscrit également dans le cadre de la campagne « marque France », incarnée par la signature « MAKE IT ICONIC. Choose France », portée par le Ministère de l'Europe et des affaires étrangères et opérée par le Service d'information du Gouvernement.

11. FAIRE RAYONNER

Promouvoir une destination inspirante et durable

En 2024, pour la quatrième année consécutive, Atout France et ses partenaires se sont mobilisés pour lancer la campagne « Explore France ». Pensée pour valoriser la richesse et la diversité de l'offre touristique française, cette opération de séduction collective a permis de renforcer la visibilité de la destination auprès des voyageurs en quête d'authenticité et de durabilité.

Forte du succès rencontré lors des précédentes éditions, la campagne #ExploreFrance a été renouvelée en 2024.

Co-construite avec les 13 Comités régionaux du tourisme et rassemblant 27 partenaires privés issus du transport, de la distribution et des services, l'opération visait une nouvelle fois à renforcer l'attractivité de la destination France auprès des marchés européens et nord-américains.

La campagne ciblait ainsi en priorité les voyageurs de dix marchés européens — Allemagne, Belgique, Royaume-Uni, Suisse, Pays-Bas, Italie, Espagne, Danemark, Suède et Autriche — ainsi que les États-Unis et le Canada. Elle s'est attachée à valoriser les expériences à vivre dans les destinations au printemps et à l'automne, dans une logique de meilleure répartition des flux touristiques dans le temps, en cohérence avec les objectifs de durabilité.

La signature « *Dream big, live slow* » [« *Rêver en grand, prendre le temps* »] lancée en 2023 a été reprise en 2024 afin d'ancrer le message et de créer davantage de reconnaissance instantanée auprès des audiences cibles. Invitant à explorer la France autrement, en prenant le temps de s'imprégner de la richesse et de la diversité des régions de manière plus respectueuse, la campagne a démontré la pleine adéquation entre les expériences à vivre en France et les attentes des voyageurs d'aujourd'hui.

Une mobilisation importante et des dispositifs variés

Grâce à l'engagement de l'ensemble des partenaires, le dispositif de communication a pu s'appuyer sur un budget global de plus de 9 millions d'euros. Il s'est articulé autour d'une action générique #ExploreFrance mettant en lumière l'ensemble des territoires — notamment via un partenariat avec Tripadvisor — complétée par plusieurs dispositifs valorisant les mobilités douces [train, cyclotourisme] via 4 accueils d'influenceurs et des partenariats avec SNCF Connect, Lastminute et Camping.com

En outre, plus de 100 campagnes segmentées par territoire, cible et période ont été menées ainsi qu'un volet de relations presse internationale aligné avec les stratégies de chaque contrat de destination régional.

Des résultats très positifs

1,2 milliard d'impressions

86 millions de vues vidéos

116 000 mentions du hashtag #ExploreFrance

39 millions d'euros de chiffre d'affaires générés, pour un ROI de **7,8**

Les post-tests ont également révélé un taux de satisfaction élevé [note moyenne de 7,4/10] et des retombées positives en matière d'image durable :

- 80% des répondants estiment que la campagne renforce le positionnement durable de la France ;
- 70% déclarent qu'elle les incite à envisager la pratique du vélo lors d'un prochain séjour.

En s'appuyant sur une dynamique collective, une segmentation fine des publics et un ancrage fort dans les tendances de voyage actuelles, la campagne #ExploreFrance 2024 a une nouvelle fois confirmé toute son efficacité et son rôle clé dans le rayonnement de la destination France.

12.FAIRE RAYONNER

Consolider le retour des marchés long-courriers

En 2024, Atout France a poursuivi ses actions afin de soutenir la reprise des flux en provenance des marchés lointains, dont les périodes de séjours permettent de mieux répartir la fréquentation touristique tout au long de l'année.

Comprendre l'attractivité touristique de la France

Dans un contexte post-Covid et concurrentiel complexe, Atout France a souhaité réévaluer les atouts touristiques de la destination afin d'adapter au mieux son action. Une enquête d'une ampleur inédite, menée auprès de 30 000 voyageurs de 30 nationalités, a ainsi été réalisée pour mieux comprendre les leviers d'attractivité de la France à l'échelle internationale. Quelles spécificités attirent les voyageurs ? Quels moyens activer pour la rendre plus compétitive ? L'enquête menée par Harris Interactive pour Atout France a permis d'analyser les attentes, préférences et expériences des touristes internationaux afin d'optimiser la communication tout au long du parcours de voyage.

Campagne Air France au Japon

Air France et Atout France se sont associés pour mener une campagne de branding visant à consolider le retour des voyageurs japonais en France dont la fréquentation a progressé en 2024 [+9%] par rapport à 2023 mais reste en-deçà des niveaux de 2019 [-30%]. Déployée à travers plusieurs canaux [affichage et diverses plate-formes numériques] l'initiative a généré 52,5 millions d'impressions.

Campagne Air France au Japon

France 360, le rendez-vous B2B avec la distribution nord-américaine

En 2024, la fréquentation des clientèles américaines et canadiennes a connu une forte dynamique. Pour consolider cet élan, les professionnels français ont pu aller à la rencontre de 90 tour-opérateurs des 2 pays grâce à l'événement France 360 organisé à Boston en 2024. 2200 rendez-vous d'affaires ont été enregistrés sur les 3 jours de l'événement.

Année franco-chinoise du tourisme culturel

Afin de célébrer les soixante ans des relations diplomatiques avec la Chine, 2024 a été proclamée année franco-chinoise du tourisme culturel. Atout France a ainsi initié différentes actions de promotion touristiques valorisant les liens culturels entre les 2 pays, dont une campagne digitale sur les réseaux sociaux WeChat, Weibo et Douyin qui ont généré plus de 35 millions d'impressions et près de 283 000 clics. Des actions de valorisation par destination [Provence - Alpes - Côte d'Azur, Nice - Côte d'Azur et Hauts - de - France] ont également été mises en place.

Une belle façon de regagner des parts de marchés auprès des clientèles chinoises qui ont poursuivi leur retour en France en 2024 [+15% par rapport à 2023] mais n'ont pas retrouvé leur niveau de 2019 [-60%].

« France Connaisseur » Une communauté de 9 300 professionnels dans le monde

Afin d'inciter les tour-opérateurs et principaux distributeurs internationaux à programmer davantage de séjours en France, le programme de e-learning a poursuivi son déploiement en 2024. En une dizaine d'heures, France Connaisseur, conçu en partenariat étroit avec les CRTs concernés et Air France, offre un vaste panorama sur l'offre touristique disponible en métropole et en outre-mer. À ce jour, 9300 opérateurs commerciaux participent au programme, dont plus de 1150 sont déjà certifiés.

13.FAIRE RAYONNER

Renforcer l'influence de la marque « Explore France » grâce aux médias numériques

Depuis 2019, la marque Explore France est le fil conducteur des campagnes menées par Atout France pour promouvoir l'offre touristique française à l'international. Véritable signature de la destination, elle s'affiche sur l'ensemble des actions de communication, et se décline à travers les outils numériques de l'Agence, notamment le site France.fr et les réseaux sociaux.

Une stratégie numérique ambitieuse et structurée

En 2024, Atout France a déployé une stratégie numérique grand public articulée autour de quatre axes prioritaires : affirmer la France comme destination de référence ; orienter les contenus vers des enjeux stratégiques tels que le tourisme durable, les grands événements et les filières prioritaires ; renforcer la visibilité de la marque Explore France ; Structurer une architecture de marques claire et lisible. Des orientations qui visent à amplifier l'impact de la communication numérique et à installer durablement une image moderne, attractive et responsable de la destination France.

France.fr : un site repensé pour les Jeux et au-delà

Dans le contexte des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, Atout France a procédé à une refonte complète du site France.fr. Objectif : offrir aux visiteurs internationaux une plateforme à la fois pratique, inspirante et innovante, répondant à leurs attentes avant, pendant et après leur séjour en France. Ainsi, le nouveau site, accessible en 15 langues, met en avant des expériences durables et authentiques, tout en offrant une navigation optimisée, plus intuitive, immersive et inclusive. Parmi les nouveautés marquantes figure MarIAnne, un assistant de voyage intelligent développé grâce à l'intelligence artificielle. Ce « travel planner » personnalisé aide les utilisateurs à concevoir leur itinéraire en France selon leurs préférences, envies ou contraintes.

Les Jeux Olympiques et Paralympiques au cœur de l'actualité

Parallèlement à la refonte du site, de nombreux contenus éditoriaux et vidéos ont été produits et diffusés sur France.fr et les réseaux sociaux Explore France pour faire vivre l'ambiance des Jeux de Paris 2024. Ces contenus ont mis en lumière l'esprit festif de la compétition tout en proposant des idées de visites touristiques autour des sites olympiques.

Chiffres clés 2024

TikTok
240 000 followers
+90% vs 2023

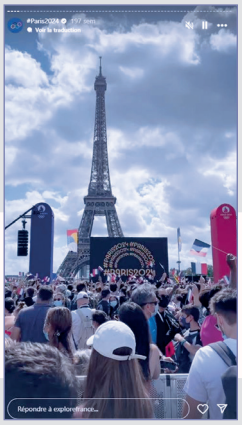
Instagram
360 000 followers
+6% vs 2023

X
194 000 followers
+14% vs 2023

Facebook
2,19 millions de fans
+0,5% vs 2023

Site France.fr
16,4 millions
de sessions « actives », toutes langues et tous canaux confondus.

Source : Google Analytics



Extraits de stories Instagram Jeux de Paris 2024

« MarIAnne », la conseillère voyage animée par l'IA de France.fr

14. S'ADAPTER ET SE TRANSFORMER

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

Un léger reflux de l'activité

En 2024, dernière année du plan Destination France, Atout France a connu une légère diminution de son activité par rapport à 2023 qui avait représenté une année particulièrement dense.

Les produits ont atteint 75,1 millions d'euros [contre 77,9 millions en 2023] dont 54% provenant des subventions de l'État [subventions pour charges de service public, subventions du plan Destination France, subventions spécifiques versées par différents ministères] et 44% émanant des partenaires du GIE [28,1 millions d'euros pour la promotion, 2,6 millions d'euros pour l'ingénierie et 2,1 millions d'euros au titre des cotisations des adhérents du GIE]. Ce partenariat provient pour 61,5% d'organismes institutionnels et pour 38,5% d'entreprises privées, part en baisse par rapport à 2023 et également inférieure à celle observée en 2019 [41,3%]. Les charges correspondantes, soit 75 millions d'euros, sont réparties entre 30,2 millions d'euros pour le fonctionnement [dont 21,7 millions d'euros pour la masse salariale] et 42,8 millions d'euros pour les dépenses d'intervention [35 millions d'euros pour la promotion et 7,3 millions d'euros pour l'ingénierie]. La mise en œuvre du plan Destination France a ainsi représenté 50% de l'activité d'Atout France.

En millions d'euros

CHARGES		PRODUITS	
Dépenses de personnel	21,7	Subventions de fonctionnement	27,5
Fonctionnement général	8,5	Subventions opérationnelles	12,6
Dépenses d'intervention	42,8	Partenariats	33,2
Divers	2	Divers	1,8
TOTAL	**75,0**	**TOTAL**	**75,1**
RÉSULTAT BÉNÉFICIAIRE	**0,141**		

Une politique RH adaptée aux besoins de l'organisation

L'année 2024 a été marquée par l'adaptation de l'organisation du GIE pour accompagner sa stratégie et l'atteinte de ses objectifs. Suite aux travaux menés, une nouvelle organisation a été mise en œuvre pour l'animation et le pilotage du réseau à l'international : 6 directions régionales ont été créées, 11 collaborateurs [agents MAD et salariés] ont bénéficié d'une mobilité, 4 collaborateurs ont été promus à des fonctions de directeur ou d'adjoint. Par ailleurs, conformément à la feuille de route visant à accélérer la transformation durable du tourisme français et afin d'assurer la gestion des marques et des labels confiés au GIE, Atout France a adapté son organisation et créé la Direction Observation, Qualité et Développement Durable de l'offre, après information et consultation du CSE.

De nouveaux dispositifs ont été mis à disposition des collaborateurs du GIE :

- Un nouveau Système d'information des ressources humaines [SIRH] ainsi qu'un nouveau portail de gestion des absences ;
- Deux nouveaux contrats d'assurance offrant une légère baisse des cotisations de prévoyance et de la mutuelle de base, tout en maintenant les garanties précédemment proposées.

Le GIE a par ailleurs poursuivi l'accompagnement de ses collaborateurs, avec notamment un suivi particulier [réunion d'information, entretiens] de ceux engagés pour 3 ans dans le cadre du plan Destination France et dont les contrats expiraient fin 2024.

Afin de stimuler le développement des compétences, la plateforme de formations s'est enrichie de nouveaux contenus.

Dans le cadre de sa politique de qualité de vie au travail, Qualisocial a animé des webinaires destinés à sensibiliser l'ensemble des collaborateurs du GIE aux enjeux du harcèlement moral et sexuel ainsi qu'aux agissements sexistes. Par ailleurs, un parcours de sensibilisation au handicap a été mis en place sur la plateforme, accessible à tous.

Afin de préserver le pouvoir d'achat, plusieurs mesures ont été prises dans le respect du budget de la masse salariale et du plafond d'emploi du GIE : négociation annuelle obligatoire [NAO], conférence salariale, versement de la Prime de Partage de la Valeur, et révision de l'accord PERECO pour intégrer les évolutions réglementaires. Ces actions ont permis un gain de 4 points sur l'indicateur d'écart de rémunération de l'index égalité femmes / hommes.

Enfin, conformément aux objectifs définis par son COP, Atout France a engagé une démarche proactive de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences [GPEC]. Ces travaux ont été présentés au CSE dans le cadre de la consultation obligatoire sur les orientations stratégiques du GIE.

Un contrôle interne efficient

Les travaux menés en matière de contrôle interne ont permis d'identifier cinq nouveaux plans d'action suite à l'actualisation de la cartographie des risques du GIE, intégrant de nouveaux risques ou leur réévaluation [dont le risque financier associé à la baisse de la SCSP et à la diminution d'activité]. Par ailleurs, les efforts se sont concentrés sur l'élaboration d'un mémo dédié au partenariat, processus clé pour l'Agence, ainsi que sur la mise en place d'un dossier de révision comptable. Ce dernier renforce le contrôle des informations financières et permet de gagner en efficacité en période de clôture des comptes. Il s'appuie sur les travaux menés lors des missions d'audit, avec un découpage des comptes en cycles [clients, fournisseurs] et un programme de travail associé.

ANNEXES EN LIGNE SUR
www.atout-france.fr

- Les comptes du GIE Atout France
- Organisation / organigrammes

#ActivateurDeTourismes

ATOUT FRANCE
www.atout-france.fr