

Paris, le 12 octobre 2020

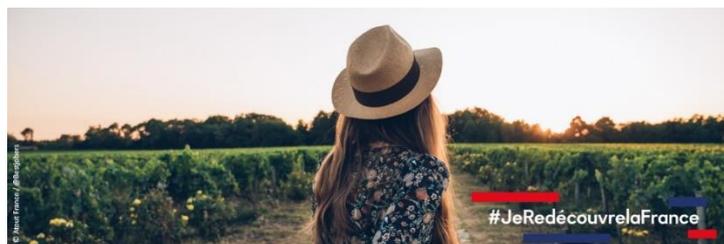
#JeRedécouvrelaFrance

Atout France lance une nouvelle mobilisation collective pour soutenir le marché touristique domestique

Si la saison estivale, bien que courte et contrastée, a été globalement satisfaisante grâce à la bonne tenue du marché domestique, de fortes incertitudes pèsent pour la fin de l'année. La situation sanitaire et économique actuelle freine fortement la reprise des voyages et, dans les mois qui viennent, nombre de clientèles européennes vont naturellement privilégier le « staycation », les vacances dans leur propre pays.

C'est pourquoi, suite au succès de la campagne #CetÉtéJeVisiteLaFrance qui a fédéré 65 acteurs majeurs du tourisme français, Atout France poursuit son action sur le marché domestique et lance aujourd'hui le **#JeRedécouvrelaFrance**.

L'Agence invite dès à présent tous les acteurs du tourisme à s'en emparer et à le relayer largement. #JeRedécouvrelaFrance sera ainsi la signature de la mobilisation du secteur du tourisme, de son engagement pour **rassurer** les Français et les **inspirer** pour leur faire découvrir de nouvelles expériences.



► Découvrez la vidéo [#JeRedécouvrelaFrance](#)

Atout France déploiera différentes actions afin de faire vivre le #JeRedécouvrelaFrance :

- A partir de mi-octobre, un dispositif spécifique sera déployé sur le site France.fr (www.france.fr/jeredecouvrelaFrance) et relayé sur les réseaux sociaux. Des séries vidéos et éditoriales y valoriseront les expériences à vivre en France en donnant la parole aux « talents » (chefs, guides de montagne, etc.) et aux influenceurs locaux qui y partageront leurs « bons plans ». Les messages, photos ou vidéos que posteront des influenceurs sur les réseaux sociaux afin de partager leurs expériences en France seront agrégés sur un « mur social » hébergé sur ce dispositif.

Dans ce cadre, la [carte interactive](#) développée cet été en partenariat avec ADN Tourisme, la DGE et l'IGN sera réactualisée et complétée. Elle permettra aux Français de retrouver tous les prestataires touristiques ouverts et engagés dans le respect des protocoles sanitaires.

- Atout France sera partenaire d'une nouvelle campagne TV valorisant la **montagne l'hiver** portée par l'ensemble des massifs français, diffusée à partir du 15 octobre.
- Atout France valorisera, au-delà de la montagne, d'autres destinations d'escapades pour cette fin d'année, notamment **outre-mer**, ainsi que diverses thématiques d'expériences (**œnotourisme, gastronomie, culture & événements**).
- Enfin, des campagnes de conversion sont également prévues en cette fin d'année. Une opération de grande ampleur sera par exemple menée en partenariat avec Auvergne Rhône Alpes Tourisme, la Compagnie des Alpes et des acteurs privés (Expedia, Easyvoyage) afin d'inciter les familles à réserver des séjours **en montagne** lors des vacances scolaires et les actifs sans enfants et jeunes lors de l'inter-saison. Des campagnes de conversion seront également déployées en partenariat avec certaines grandes villes et destinations ultramarines en fonction de l'évolution de la situation sanitaire.

#CetÉtéJeVisiteLaFrance, une belle réussite collective !

Lancée le 19 juin, à la veille de la saison estivale, la campagne #CetÉtéJeVisiteLaFrance a tenu toutes ses promesses. Cette opération a fédéré 65 partenaires, acteurs privés et publics du tourisme, autour d'Atout France. Elle a permis d'adresser aux Français un message collectif de réassurance sur les protocoles sanitaires déployés cet été mais aussi de les inspirer grâce à de nouvelles propositions de destinations et de séjours hors des sentiers battus...

La campagne #CetÉtéJeVisiteLaFrance s'est terminée le 22 septembre avec :

- 65 partenaires engagés,
- 43 accueils d'influenceurs organisés (audience cumulée : 3,6 millions d'abonnés),
- + 136 000 mentions du #CetÉtéJeVisiteLaFrance sur Instagram,
- + 1,4 million de visites du social wall,
- + 21 millions de vues sur l'ensemble des vidéos produites,
- + 10 millions de personnes touchées sur les réseaux sociaux.

L'important volume de contenus produit par les influenceurs (300 visuels, 200 stories, 16 vidéos régions) sera réutilisé dans les mois à venir au bénéfice de la promotion de la destination France sur le marché domestique et à l'international.

► Consultez le [bilan de #CetÉtéJeVisiteLaFrance en images](#)