

Bourgogne-Franche-Comté Tourisme se mobilise pour la relance aux côtés d'Atout France et des Comités régionaux de tourisme

Forts du succès de l'édition 2021, Atout France et les organismes régionaux partenaires de la campagne de reconquête des marchés européens - dont Bourgogne-Franche-Comté Tourisme - poursuivent leur mobilisation en 2022 pour accélérer le retour des touristes !

Dans un contexte de reprise ultra-concurrentiel qui sera dicté par l'actualité géopolitique et sanitaire, il convient de rester présent dans l'esprit des voyageurs en véhiculant une image accueillante et rassurante de la destination France.

C'est pourquoi Atout France et les 13 organismes régionaux de tourisme se mobilisent autour d'une nouvelle campagne de communication d'envergure pour accélérer le retour des touristes européens.

Cette mobilisation collective entend renforcer la place de la destination France dans les intentions de départs des Européens, en valorisant notamment ses atouts en matière de tourisme durable.

De nombreuses entreprises du secteur s'engagent également dans l'initiative pour renforcer l'impact de la campagne et inciter à la réservation de séjours en France.

Le besoin de convivialité, de ressourcement, de retour à l'essentiel qui s'est exprimé à la suite de la crise constituera l'axe de communication central de la campagne **#ExploreFrance 2022**.

Cette campagne débutera début avril et proposera des nouveautés notamment :

- Un positionnement encore plus affirmé sur **le tourisme durable**.
- Encore **plus d'offres de séjours** avec davantage de partenaires privés qui accompagneront la dynamique, et notamment des OTA / agences de voyages en ligne.
- Une mise en valeur accentuée **des traits fondamentaux de la destination France** et notamment de son art de vivre.

Bourgogne-Franche-Comté Tourisme investit 358 828 € HT aux côtés d'Atout France pour les campagnes dédiées aux marques de destination La Bourgogne et Les Montagnes du Jura. Ces campagnes s'inscrivent dans le plan d'actions partagé avec les départements concernés.

Ces campagnes cibleront **3 marchés européens prioritaires** pour les 2 destinations, à savoir **l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas** et mettront en avant des offres sur différentes thématiques :

- Pour la destination Montagnes du Jura : nature et itinérance douce,
- Pour la destination La Bourgogne : art de vivre et gastronomie

Dans le cadre de ces campagnes, la priorité sera donnée aux médias digitaux. Les prises de paroles pour La Bourgogne et Les Montagnes du Jura auront lieu dès le printemps et à l'automne.

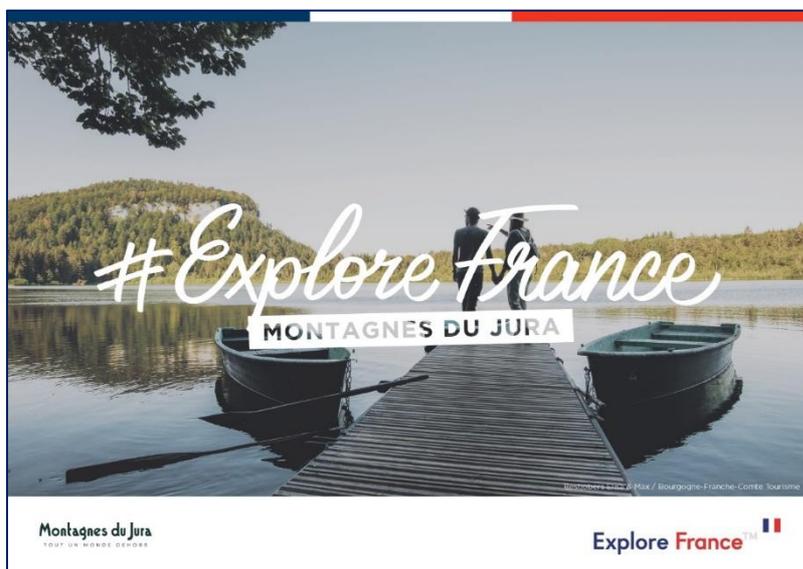
Pour rappel, en Bourgogne-Franche-Comté, les clientèles étrangères pèsent 16,9 millions de nuitées dont : 12,2 % pour les Néerlandais, 12 % les Allemands et 8 % pour les Belges.

Ce sont évidemment ces marchés que nous ciblerons dans le cadre de ces campagnes de relance sur les marchés européens.

Le visuel de campagne de La Bourgogne



Le visuel de campagne de Montagnes du Jura



Le lancement de la campagne #ExploreFrance a eu lieu lors du salon **Rendez-Vous en France**, LE salon professionnel international de l'offre touristique française organisé par Atout France à Nantes les 22 et 23 mars. Ce salon incontournable n'avait pas eu lieu depuis 2019.

Bourgogne-Franche-Comté Tourisme et 22 partenaires de la région s'étaient mobilisé pour participer à cet événement professionnel et rencontrer des prescripteurs internationaux afin de leur présenter l'offre touristique régionale

Enfin, dans le cadre de ces campagnes de relance, un travail de veille sur les marchés européens permet d'adapter en contenu les campagnes au regard de la situation géopolitique et sanitaire. La suppression du pass vaccinal en France devrait relancer la dynamique même si nous restons très dépendants du contexte international.