

#CetÉtéJeVisiteLaFrance

Une campagne de communication en faveur du tourisme sportif

Dans le cadre d'une politique de déconfinement progressif, Atout France a dévoilé le 22 juin dernier sa campagne de communication destinée à la promotion du tourisme en France. Celle-ci a pour objectif de rassurer et d'informer les Français des nouvelles conditions d'accueil du public cet été. Associant une diversité d'acteurs, ce plan national lié à la reprise du secteur touristique doit être l'opportunité de donner une place plus importante à l'activité physique et sportive dans le tourisme. L'offre touristique disponible, incluant l'offre des sports outdoor, sera ainsi mise en avant sur les réseaux sociaux et accessible sur une carte interactive.

➤ **Annonce du Plan tourisme**

Le jeudi 14 mai 2020, le Premier ministre a présidé le cinquième Comité interministériel du tourisme, lequel rassemble l'ensemble des acteurs de la filière du tourisme en France.

Un plan Tourisme a été présenté dont l'objectif principal est de venir en aide aux entreprises du secteur, sévèrement touchées par la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19. Ce plan de soutien engage notamment une aide financière de plus de 18 milliards d'euros pour relancer la filière du tourisme dans laquelle se trouve un volet sport.

En outre, dans le cadre de la crise sanitaire liée au covid-19, l'enjeu actuel concerne l'accueil du public au sein des établissements touristiques pendant la période estivale. Le Gouvernement a ainsi impulsé une dynamique collective de réassurance sanitaire. A cet effet, Atout France - l'Agence de développement touristique de la France - est à l'initiative du dispositif « *Cet été je visite la France* ». Celui-ci vise à promouvoir le territoire français, informer des prestations disponibles et rassurer les vacanciers du respect des mesures sanitaires. Les sports de pleine nature font partie intégrante de ce projet.

➤ **Une cartographie des lieux et services touristiques en France : les sports outdoor à l'affiche**

- Une action collective des acteurs institutionnels du tourisme

Depuis le 22 juin 2020, une carte interactive recensant les lieux et prestations touristiques en France a été créée¹. Elle renseigne à ce jour déjà 17 000 lieux répartis sur le territoire français. Ce dispositif est le résultat d'un travail coopératif entre Atout France, la Direction générale des entreprises (DGE) porteur du dispositif DATAtourisme², l'Institut National de l'Information Géographique et Forestière (IGN), et la fédération nationale des organismes institutionnels de tourisme (ADN Tourisme).

Cette cartographie est destinée aux touristes souhaitant découvrir le territoire français pendant l'été, aussi de façon ludique et sportive en participant à des activités sportives outdoor. Celle-ci permet aux visiteurs d'identifier les prestations des établissements touristiques disponibles et de répertorier les activités sportives disponibles en France. Cette carte informe également les vacanciers des conditions d'accueil

¹ <https://www.france.fr/fr/campagne/cetetejevisitelafance-cartographie>

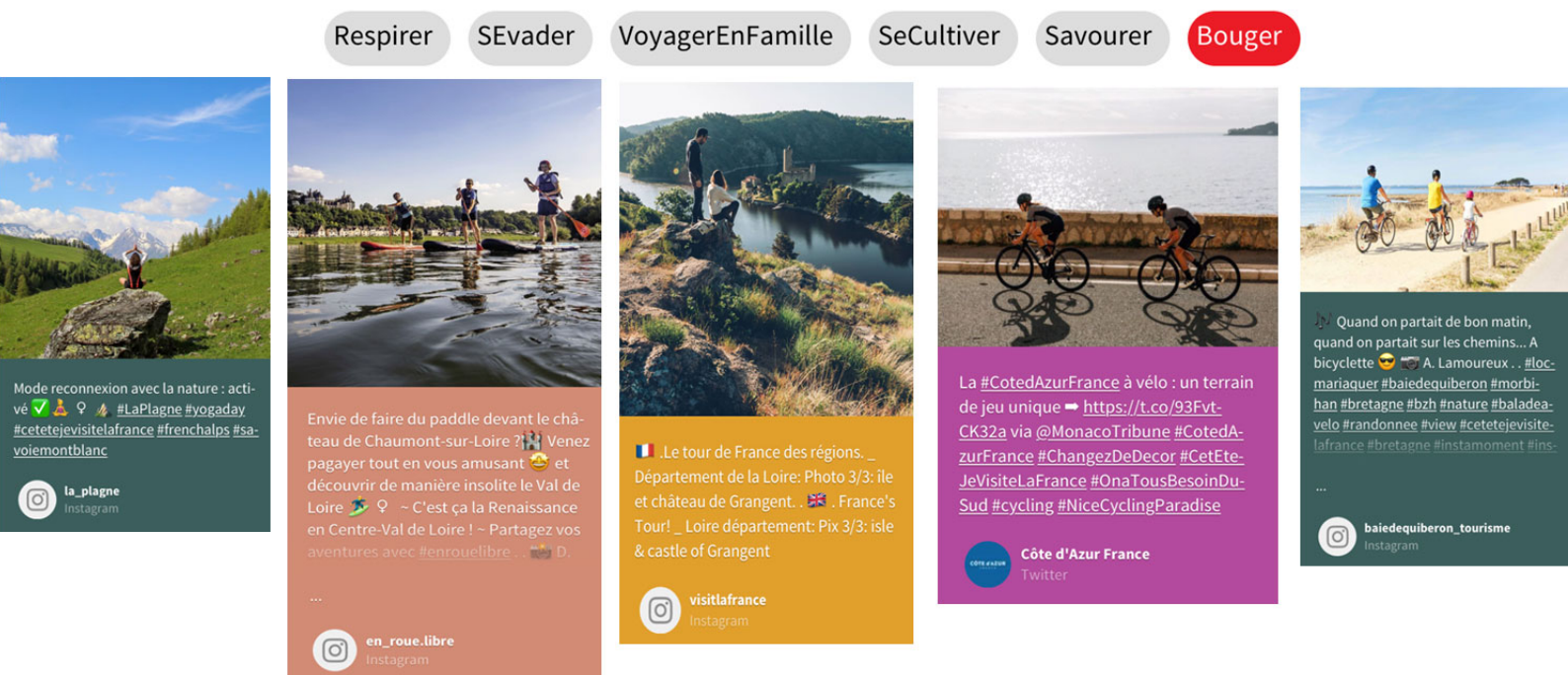
² Pour plus d'informations sur DATAtourisme : <https://www.youtube.com/watch?v=Pc-S2KL2FNM>

➤ Engagement des entreprises dans la réassurance sanitaire

Le Gouvernement a mis à disposition une affiche « Notre établissement s'engage à respecter les consignes sanitaires ». Ainsi les entreprises peuvent s'en saisir et l'afficher au sein de leur structure si celles-ci s'engagent à la mise en œuvre et au respect des différents protocoles sanitaires proposés par métiers³. Par ailleurs, afin de contribuer au projet collectif de réassurance sanitaire, la Direction Générale des Entreprises a actualisé les référentiels Marque Qualité Tourisme™ garantie par l'Etat⁴ en y insérant trois critères d'évaluation. Un premier critère sera axé sur l'expérience et le parcours client, d'autres seront définis par la filière en fonction des protocoles sanitaires adoptés, et un dernier sera disponible par une auto-évaluation anonyme.

➤ Un plan médiatique national propice au développement des sports de nature

Le hashtag #CetEtéJeVisiteLaFrance est repris par Atout France. Les vacanciers en France peuvent dès maintenant utiliser cet hashtag sur les réseaux sociaux Twitter, Instagram et Youtube pour partager leurs expériences par des messages, photos ou vidéos. Les photos seront ensuite hébergées sur un « mur social »⁵ et relayées par les entreprises du tourisme dont les sites d'activités outdoor. Ce dispositif donnera de la visibilité à ces entreprises, aux activités qu'elles déploient. L'objectif est toujours de donner envie aux Français de partir en vacances.



³ Pour prendre connaissance des fiches et guides métiers du ministère du Travail :

<https://www.entreprises.gouv.fr/tourisme/entreprises-du-tourisme-s-engagent-faveur-de-la-reassurance-sanitaire>

⁴ <https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/accueil-et-des-prestations-de-qualite-garantis-par-l-etat>

⁵ Pour accéder au mur social :

https://www.france.fr/fr/campagne/cetetejevisitelafance?utm_source=redirection&utm_medium=referral&utm_campaign=cetetejevisitelafance

Par l'utilisation des vacanciers du hashtag #Bouger dédié à l'activité physique, les sports outdoor seront valorisés dans le mur social créé par Atout France. Les sports outdoor profiteront aussi de la promotion réalisée par l'ensemble des acteurs mobilisés dans cette campagne. La campagne prévoit en effet une ouverture sur les marchés européens

Aujourd'hui, les acteurs mobilisés sont au nombre de soixante⁶. Le ministère des Sports s'est investi dans cette campagne aux côtés du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, du ministère de la Culture et du ministère des Outre-Mer. Les acteurs locaux du tourisme prévoient de faire voyager une cinquantaine d'influenceurs français connus du grand public pour qu'ils explorent les régions par le sport et les activités outdoor. Cette campagne de communication pourrait alors donner un nouvel élan à la pratique sportive des Français.

➤ Comment s'associer au dispositif et recenser une offre sportive ?

L'ensemble des prestataires de sports outdoor (à savoir toutes les activités physiques et sportives en milieu naturel) ayant une offre touristique à destination des vacanciers pour cet été sont pleinement concernés par le dispositif d'Atout France.

Si les entreprises de la filière sport souhaitent recenser leur offre sportive touristique pour apparaître sur la cartographie d'Atout France, elles doivent se tourner vers leurs partenaires locaux à savoir office de tourisme et comité départemental ou régional de tourisme.

Les données transmises seront ensuite enregistrées dans une base de données locales (Système d'information touristique, SIT) puis publiées sur DATAtourisme⁷ par le biais de référents territoriaux. L'offre sportive touristique des entreprises s'affichera alors sur la carte nationale d'Atout France relayée par l'Etat et les partenaires.

Les entreprises peuvent aussi soutenir le plan médiatique de cette façon :

- Indiquer le lien internet du mur social de la campagne sur leurs propres réseaux sociaux, sites internet et divers outils de communication
- Insérer le logo de la campagne sur leurs outils de communication en le téléchargeant ici : <https://atoutfrance.fromsmash.com/kit-cetetejevisitelafrance>
- Relayer les publications d'Atout France qui mettent en avant l'offre des sports outdoor sur les réseaux sociaux

Pour mettre en place un partenariat communication, les entreprises peuvent prendre attache avec Stéphanie Cadet du service presse d'Atout France (stephanie.cadet@atout-france.fr).

➤ Sport & Tourisme, quelles perspectives ?

Aujourd'hui, le secteur du tourisme, les collectivités territoriales, et l'ensemble de l'écosystème sportif sont mobilisés pour garantir aux Français un bel été. Avec un enjeu majeur pour les quartiers prioritaires (QPV), un plan national *Quartiers d'été 2020* est aussi mené par les pouvoirs publics et piloté par l'Agence nationale de cohésion des territoires (ANCT, ex. CGET) pour donner accès aux familles ne pouvant partir en vacances à des activités estivales, ludiques, sportives et éducatives.

⁶ Cf. p.6 liste des acteurs mobilisés du dossier de presse d'Atout France : http://www.atout-france.fr/sites/default/files/imce/dossier_de_presse_cetetejevisitelafrance.pdf

⁷ <https://info.datatourisme.gouv.fr/>

L'un des objectifs de ce plan national est d'amplifier les dispositifs culturels et sportifs cet été dans le respect des consignes sanitaires⁸.

Les entreprises de la filière sportive qui souhaiteraient développer une offre sportive à destination des jeunes de 12 à 18 ans dans le cadre de ce dispositif doivent prendre attache avec les pôles sport de la Direction Départementale de la Cohésion Sociale (et Protection des Populations) et les Directions (Régionales et Départementales) de la Jeunesse, du Sport et de la Cohésion Sociale.

Le Gouvernement prête également une attention particulière au public des enfants dans le cadre de l'opération *vacances apprenantes*, laquelle dispose d'un financement de 200 millions d'euros. L'Agence nationale du sport a aussi acté lors de son dernier Conseil d'Administration du 25 juin 2020 la mise en place d'un **fonds territorial de solidarité**, lequel prévoit des crédits territoriaux pour accompagner ces opérations estivales en faveur du sport pour tous.

L'objectif à plus long terme du ministère des sports est de pérenniser un partenariat entre les acteurs institutionnels du tourisme, les acteurs territoriaux et les acteurs du sport *outdoor*. L'UNION sport & cycle soutient cette initiative et souhaite s'y associer pour renforcer la place du sport au sein des territoires et développer la pratique sportive pour tous.

⁸ Cf. circulaire du 10 juin 2020 du Gouvernement sur le plan Quartiers d'été 2020 : [https://www.villeseterritoireslr.fr/site2015/wordpress/wp-content/uploads/2020/06/Circulaire-QE-signee.pdf](https://www.villesetterritoireslr.fr/site2015/wordpress/wp-content/uploads/2020/06/Circulaire-QE-signee.pdf)