

NYSTART FÖR TURISMEN I EUROPA 2021 – FRANSKA TURISTORGANISATIONER I GEMENSAM KAMPANJ

Atout France, Frankrikes

13 regionala turistkommittéer, destinationsorganisationer och turistbyråer i en gemensam satsning på Frankrike som resmål



#ExploreFrance



Frankrikes turistorganisationer – Atout France, 13 regionala turistkommittéer, destinationsorganisationer, turistbyråer och flera privata företag inom sektorn – har gått samman i en unik kampanj som ska locka besökare från 10 utvalda länder i Europa, tillbaka till Frankrike för att återupptäcka *Det som verkligen räknas!*

Den världsomspännande covid-19-pandemin, och de åtgärder som vidtagits i samband med den, har haft stora negativa effekter på den globala ekonomin det senaste året och besöksnäringen är en av de sektorer som drabbats hårdast. Enligt Världsturismorganisationen minskade antalet internationella resor (både affärsresor och turism) med 74 % förra året jämfört med 2019. En minskning med 1 miljard resande.

I Frankrike sjönk intäkterna från utländska besökare med 49,6% under 2020 jämfört med 2019, enligt siffror från Banque de France.

Men med minskad smittspridning och allt fler vaccinerade i Europa kan Frankrike nu börja lätta på reglerna för inresor i landet.

Sedan den 3 maj har turister från övriga Europa rätt att besöka Frankrike om de kan visa upp ett negativt PCR-test. En positiv signal som visar att resandet i Europa gradvis kan börja återupptas.

Därför har **Atout France** tillsammans med Frankrikes **13 regionala turistkommittéer, destinationsorganisationer, turistbyråer och flera privata företag inom sektorn tagit fram en gemensam strategi för att åter locka europeiska turister till Frankrike.**

I den hårda konkurrensen som möter oss idag har vi valt att satsa på en gemensam **kommunikationskampanj som är unik i sin breda omfattning.**

Satsningens syfte är att visa att Frankrike är **det självklara resmålet** för alla européer som längtar ut i världen igen. Innan pandemin stod de europeiska turisterna för **över 75 % av våra internationella besök och vårt mål är att de ska utgöra över 85 % av besökarna 2021.**

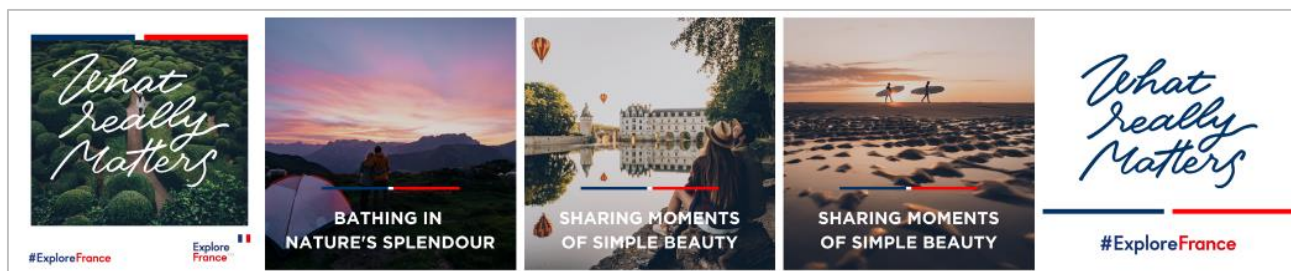
Det som verkligen räknas / What really matters #ExploreFrance

Med hjälp av hashtaggen #ExploreFrance hoppas vi att kampanjen ska få turister från 10

europiska länder att återupptäcka **det som verkligen räknas** i Frankrike.

Vi vill erbjuda en ny form av upplevelser och visa att vi kan förändra och innovera för att möta

människors nya förväntningar, vårt behov att vila ut och samla kraft under semestern och en längtan tillbaka till det ursprungliga.



Vi kommer därför att presentera satsningar på **slow tourism (långsam turism)**, naturupplevelser, **kultur och historia** och den berömda franska **levnadskonsten**. Det går en tydlig "grön" tråd genom vår satsning. Målet för oss alla – Atout France, de 13 regionala turistkommittéerna, destinationsorganisationerna och Frankrikes turistbyråer – är att främja en mer **hållbar turism**.

Genom kampanjen vill vi:

- **FÖRSÄKRA** alla resenärer från övriga Europa att de franska turistföretagen följer strikta hygienrutiner.
- **INFORMERA** om vilka turistanläggningar och sevärdheter som är öppna och tillgängliga.
- **INSPIRERA** med nya förslag på resmål och upplevelser som kan möta besökarnas förväntningar.

Parallellt med information i media och till aktörer i den europeiska reseindustrin om våra smittskyddsåtgärder, flexibla bokningsregler och vad vi kan erbjuda våra besökare vill vi att kampanjen ska väcka reslust, inspirera till nya resmål och upplevelser och få bokningarna att komma igång igen.

En del av kampanjen är inriktad mot sommaren och en del mot sensommar/höst. Tanken är att den ska kunna rullas ut i etapper och anpassas efter smittläget i Frankrike och de olika europeiska länderna och även efter eventuella reserestriktioner inom Europa och till Frankrike.

Kampanjstarten sker under maj månad och kan variera från land till land beroende på hur resesituationen och rörligheten ser ut till och från de länder den riktar sig mot: Storbritannien, Tyskland, Nederländerna, Belgien, Schweiz, Italien, Spanien, Danmark, Sverige och Österrike.

Kampanjen är nästan helt digital och består av marknads- och kommunikationsmaterial som riktar sig till framför allt familjer, millenniegenerationen och par utan barn.

Tack vare upplutningen runt kampanjen har vi även kunnat samordna våra personalresurser och finansiera satsningen tillsammans.

Under 2021 kommer totalt 10 miljoner euro att avsättas av franska staten (via Atout France), de regionala turistkommittéerna, destinationsorganisationerna, Frankrikes turistbyråer och de medverkande branschföretagen.

"Det är resenärer från hela världen som utgör den franska turismens bultande hjärta.

Vi har saknat våra vänner från andra länder och längtar efter att få återse dem igen, precis som de vill återse alla de platser som betytt så mycket för dem! Vi måste befästa vår ställning som världens ledande resmål. Frankrike har allt som krävs för att behålla den platsen.

Det är innebörden i kampanjen Det som verkligen räknas #Explore France som vi lanserar i 10 europeiska länder."

Jean-Baptiste Lemoyne, Frankrikes minister med ansvar för turism, fransmän i utlandet och relationer med den fransktalande världen

LES PARTENAIRES DE LA CAMPAGNE *Ce qui compte vraiment* #ExploreFrance



*What
really
Matters*

*Det
som verkligen
räknas*

#ExploreFrance