

ATOUT FRANCE, L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA FRANCE

Avec plus de 90 millions de visiteurs internationaux accueillis en 2018, outre-mer incluses, la France a battu un nouveau record de fréquentation (+3 % par rapport à 2017) et demeure la première destination touristique mondiale.

Pour maintenir cette dynamique, Atout France, confortée dans ses missions lors du Conseil Interministériel du Tourisme de janvier 2018, s'attache à :

- renouveler l'offre et à veiller à sa qualité grâce à l'ingénierie et au montage de financements pour des projets touristiques structurants dans les territoires ;
- favoriser le développement et la promotion des marques de destinations (et de leurs entreprises) à l'international.

ACCOMPAGNER LE RENOUVEAU DE L'OFFRE ET VEILLER À SA QUALITÉ

Atout France accompagne les territoires dans leur stratégie de développement et contribue au montage de projets d'investissement, afin de stimuler l'offre touristique et accroître sa qualité.

Le dispositif *France Tourisme Ingénierie*, piloté par Atout France, avec le soutien de la Banque des Territoires et, pour l'Etat, du Commissariat Général à l'Egalité des Territoires (CGET), vise à accélérer le rythme d'investissement annuel dans le tourisme. Il regroupe aujourd'hui 3 programmes : montage de 3 projets touristiques structurant dans chaque Région, expérimentation en matière de rénovation de l'immobilier dans 13 stations balnéaires et de montagne et valorisation touristique de sites patrimoniaux.

En complément de cette assistance, Atout France publie chaque année une dizaine d'études pour les professionnels. Celles-ci ont vocation à accroître leur connaissance des marchés et des filières et d'affiner leurs stratégies de développement (ex : *Touristes indiens : comment bien les accueillir ?*, *Connectivité aérienne de la France*, *Tableau de bord des investissements touristiques*, etc.). Atout France leur propose par ailleurs des formations, notamment en ligne (MOOC Accueil France).

L'Agence est également chargée de veiller à la qualité de l'offre, grâce à plusieurs dispositifs : classement des hébergements de tourisme, distinction palace attribuée à 25 établissements d'exception, immatriculation des opérateurs de voyages, pilotage de labels (« Vignobles & Découvertes » pour l'œnotourisme).

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DES DESTINATIONS ET ENTREPRISES À L'INTERNATIONAL

Grâce à ses 32 bureaux dans le monde et à une collaboration étroite avec le réseau diplomatique, l'Agence dispose d'une connaissance pointue des différents marchés touristiques et des acteurs de la distribution.

Cette expertise lui permet de proposer à ses 1 300 professionnels partenaires des outils de compréhension de la demande (conjoncture par pays et par filière ou études de marchés) et de conduire des actions marketing et de promotion autour des marques de destinations.

Plus de 2 800 opérations de promotion sont ainsi organisées chaque année dans le monde, ciblant les professionnels (voyagistes internationaux, presse et influenceurs) ainsi que le grand public.

Au cœur de ce dispositif, un média puissant, France.fr, permet d'inviter les internautes du monde entier (en 15 langues et 28 versions), à venir (re)découvrir l'art de vivre des destinations françaises.