

Paris, 11. Mai 2021

EUROPAWEITE KAMPAGNE ZUM NEUSTART DES TOURISMUS 2021

Atout France und die 13 regionalen Tourismusverbände: Mit vereinten Kräften für die Destination Frankreich!



Erstmals haben sich Atout France, die französische Zentrale für Tourismus, die dreizehn regionalen Tourismusverbände und einige private Unternehmen zusammengeschlossen und launchen eine europaweite Kampagne auf 10 Quellmärkten für den Neustart des Reiseverkehrs.

TouristInnen aus ganz Europa sind herzlich eingeladen, in Frankreich wiederzufinden *Was wirklich zählt!*

Seit mehr als einem Jahr beeinträchtigen die weltweit eingeführten Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie die internationale Wirtschaft. Der Tourismus ist dabei eine der am stärksten betroffenen Branchen. Nach Berechnungen der WTO sind die internationalen Ankünfte [für Geschäfts- und Urlaubsreisen] 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 74% bzw. um rund eine Milliarde an Ankünften zurückgegangen.

Gleichzeitig sind in Frankreich nach Zahlen der französischen Nationalbank *Banque de France* die Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr um etwas mehr als 50% zurückgegangen.

Dennoch erlauben die langsame Entspannung der Lage sowie die Beschleunigung der Impfkampagne in Europa es der französischen Regierung, den Zugang zum frz. Staatsgebiet nun zu erleichtern.

Seit dem 3. Mai können europäische TouristInnen mit einem negativen PCR-Test (Max. 72h) wieder nach Frankreich einreisen – ein durchwegs positives Signal für eine stufenweise Wiederaufnahme der touristischen Aktivitäten!

Aus diesem Grund haben **Atout France, die 13 regionalen Tourismusverbände sowie Privatunternehmen aus dem Tourismussektor ihre Kräfte in Form einer gemeinsamen Strategie gebündelt, um die Herzen der europäischen BesucherInnen zurückzuerobern.**

Heute stehen sie vereint in einem wettbewerbsstarken Umfeld, um eine **in ihren Ausmaßen beispiellosen Kommunikationskampagne zu starten.**

Das erklärte Ziel hierbei ist die Positionierung Frankreichs als **DIE ideale Destination** um endlich wieder zu verreisen. Vor der Pandemie kamen **mehr als 75 % der internationalen BesucherInnen aus Europa; 2021 sollten es sogar mehr als 85 % sein.**

Ce qui compte vraiment / What really matters / Was wirklich zählt #ExploreFrance

Unter der Dachmarke #ExploreFrance lädt die Kampagne die TouristInnen 10 europäischer Quellmärkte dazu ein, in Frankreich wiederzufinden **Was wirklich zählt.**

Sie hebt ein rundum erneuertes touristisches Angebot hervor, welches auf originelle Weise auf die veränderten Bedürfnisse der BesucherInnen in ihrer Suche nach Erholung und Besinnung auf das Wesentliche eingeht.



Die Kampagne rückt hierbei die innovativen Angebote im Bereich des **Slow Tourism** in den Vordergrund, die (Wieder-)Entdeckung von Natur und Landschaften, von **Kunst und Kulturerbe** sowie die unverkennbare französische **Lebensart**. Als grüner Faden dient der gemeinsame Wunsch von Atout France und den 13 regionalen Tourismusverbänden, in Zukunft einen nachhaltigeren Tourismus zu fördern.

Die von Atout France und seinen Partnern geplanten Aktionen sollen:

- **SICHERHEIT vermitteln** was die Hygienemaßnahmen der Akteure des französischen Tourismus angeht;
- **INFORMIEREN** über die touristischen Infrastrukturen, die BesucherInnen zur Verfügung stehen;
- **INSPIRIEREN** zu neuen Destinationen und Erfahrungen.

Parallel zu den wichtigen Informationen über Sicherheit, Hygienemaßnahmen, flexible Geschäftsbedingungen und das touristische Angebot, die die europäischen Medien und Veranstalter besonders interessieren, soll die Kampagne auch die europäischen Reisenden direkt inspirieren, sie zu neuen Orten und Erlebnissen führen und ihnen somit Frankreich als Ziel für ihre nächste Buchung nahelegen.

Die Kampagne ist in verschiedenen Phasen im Sommer und in der Nachsaison bzw. im Herbst geplant und wird Schritt für Schritt und dynamisch ausgespielt, je nach der Situation in Frankreich und auf den verschiedenen europäischen Märkten sowie unter Berücksichtigung der Reiseeinschränkungen seitens der Länder gegenüber Frankreich.

Der Launch im Laufe des Monats Mai wird je nach den Reismöglichkeiten von und zu den 10 Zielmärkten gestaltet: Großbritannien, Deutschland, Niederlande, Belgien, Schweiz, Italien, Spanien, Dänemark, Schweden und Österreich.

Mehrheitlich als Online-Kampagne konzipiert, umfasst sie zahlreiche Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen und richtet sich vorrangig an Familien, Millennials und DINKS (Paare ohne Kind).

Durch den Schulterschluss aller Partner konnten im Rahmen dieser Kampagne auch die menschlichen und finanziellen Ressourcen zusammengelegt werden.

2021 kann somit eine Gesamtsumme von 10 Millionen Euro vom Staat (über Atout France), den regionalen Tourismusverbänden und Privatunternehmen in den Neustart des französischen Tourismus investiert werden.

« Reisende aus der ganzen Welt sind das schlagende Herz des französischen Tourismus.

Unsere ausländischen Freunde haben uns gefehlt; wir können es kaum erwarten, sie wiederzusehen, wie auch sie sich auf die Destinationen freuen, mit denen sie viel verbinden!

Wir möchten den Rang Frankreichs als meistbesuchte Destination weltweit verteidigen.

Unser Land hat wirklich alles, was es dazu braucht.

Dies ist der Sinn der Kampagne Was wirklich zählt #Explore France, dir wir nun auf 10 europäischen Märkten launchen.

**Jean-Baptiste Lemoyne, Staatssekretär für Tourismus,
französische Staatsangehörige im Ausland und Frankophonie**

DIE PARTNER DER KAMPAGNE *Was wirklich zählt* #ExploreFrance



*What
really
Matters* | *Ce qui compte
Vraiment*

#ExploreFrance