

CLUB FRANCAIS DU TOURISME DES JEUNES DE ATOUT FRANCE



ATOUT FRANCE : une agence pour le développement du tourisme français

ATOUT FRANCE est l'opérateur unique de l'Etat en matière de tourisme, agissant sur trois leviers principaux :

- en contribuant à la promotion et au rayonnement de la marque France,
- en s'assurant de la bonne adéquation entre l'offre touristique française et la demande touristique internationale,
- en effectuant un travail d'accompagnement personnalisé auprès de ses partenaires afin d'accroître sa compétitivité économique.



2 missions principales et complémentaires

Une assistance au développement :

- appui à la définition et mise en œuvre de stratégies touristiques,
- expertise en montage de projets d'investissement, recherche de partenaires,
- pilotage d'études en ingénierie marketing ou économique ,
- export de l'ingénierie publique et privée nationale sur les marchés à fort potentiel de développement

Une aide à la commercialisation :

- expertise de marketing touristique,
- promotion des destinations et des filières,
- organisation d'événements.

**Cette synergie constitue la marque de fabrique du GIE.
Elle garantit la pertinence de l'expertise et
la qualité des prestations délivrées**



2 missions annexes et transversales

Une mission « Qualité »:

- immatriculation des opérateurs de voyages et exploitants de voitures de tourisme avec chauffeur,
- classement des hébergements

Une mission «Formation aux métiers du tourisme» pour :

- mieux adapter la formation aux besoins des entreprises du secteur,
- créer un lien permanent avec les entreprises pour ajuster le contenu de ces formations,
- contribuer au développement de l'emploi.



ATOUT FRANCE rassemble dans une démarche partenariale, l'Etat, les collectivités territoriales et les professionnels du tourisme.

Au total, 1 300 adhérents s'appuient sur son expertise pour se promouvoir.

XX employés dans 33 pays répartis au siège et dans 37 bureaux à l'étranger

▪A l'international, ATOUT FRANCE développe ses missions grâce à un réseau de 37 bureaux répartis dans 33 pays.



LES CLUBS DE PROMOTION DE ATOUT FRANCE

Le Club Français du Tourisme des Jeunes est l'un des 12 groupements volontaires de professionnels au sein de ATOUT FRANCE.

Son objectif est de fédérer des organismes, œuvrant à destination des jeunes touristes, soucieux de se promouvoir à l'étranger, tout en développant une image et une stratégie collectives.

Son rôle est de permettre la promotion et la mise en marché des offres développées par ses adhérents.



CLUB FRANCAIS DU TOURISME DES JEUNES en 2010

46 adhérents répartis en 7 familles d'activités (institutionnels, hébergeurs, organisateurs de séjours, écoles de langue, espaces muséologiques et parcs de loisir, restauration, transporteurs)

Marchés:

- Prioritaires : Allemagne, Espagne, Grande-Bretagne, Italie
- Secondaires : Etats-Unis, Mexique, Brésil, Asie du SE

Actions:

- Campagnes grand public
- Actions auprès des prescripteurs
- Accueils de presse
- Workshop et démarchages de professionnels



PLAN D' ACTIONS 2011



RAPPEL DE LA STRATEGIE

Dans le cadre de la nouvelle stratégie et afin de renforcer la visibilité de la France en tant que destination « JEUNES », il a été décidé de cibler en particulier les jeunes des pays matures.

Objectifs 2011:

- Contribuer au renouvellement de l'image de la destination France dans le cadre de la communication grand public
- Travailler en synergie avec d'autres Clubs et Groupes de travail dans le cadre de la stratégie des pôles et de campagnes d'image mais aussi pour mettre en place des outils et des actions plus performant(e)s pour les professionnels.
- Renforcer les actions destinées à soutenir le tourisme scolaire en ciblant les professionnels et les réseaux alternatifs (professeurs de français notamment)



LE CLUB FRANCAIS DU TOURISME DES JEUNES EN 2011

Recentrage sur les marchés prioritaires (principalement européens)

Marchés prioritaires : Allemagne, Belgique, Espagne, Grande-Bretagne, Italie

Poursuite du « défrichage » sur certains marchés lointains à fort potentiel

Marchés secondaires : Etats-Unis, Brésil, Mexique, Asie du Sud Est

Les actions du Club Jeunes en 2011

Campagnes grand public sur les réseaux sociaux

Actions auprès des prescripteurs et réseaux alternatifs

Démarchages de professionnels

Accueils de presse



OUTILS



MANUEL DES VENTES

REALISATION DU MANUEL DES VENTES 2011 – nouvelle maquette

Manuel des Ventes 2011 destiné aux professionnels « France Destination Jeunes / France for young travellers »

- En version bilingue
- Edité à 2 000 exemplaires

Brochure « *Tout pour organiser vos séjours éducatifs en France* »

- En français



PLATE-FORME ELECTRONIQUE DE DOCUMENTS

- Développement technique et mise en ligne des fiches adhérents
- Frais de traduction des fiches pour mise en ligne des langues (Portugais et Allemand)
- Mise en place de la rubrique idées séjours et traduction
- Campagne de référencement de la plate-forme sur 3 marchés (France, Grande-Bretagne, Espagne)

En synergie avec le Club Patrimoine et Cultures et le Groupe de travail Tourisme et Spiritualité.

PLV COMMUNE AVEC « TV5 MONDE »



ALLEMAGNE



GRAND PUBLIC



Poursuite de la campagne 2010 « *Dein Frankreich* » – (reporters bloggers)

Date : de mars à début octobre

Objectifs :

- Capitaliser sur la campagne menée en 2010
- Promouvoir le tourisme urbain auprès des 18-30 ans
- Favoriser le dialogue entre jeunes allemands sur la Destination France



CAMPAGNES GRAND PUBLIC

Campagne « Dein Frankreich » en Allemagne

Principe ::

Des « scouts » (= ambassadeurs) allemands séjournant dans les villes de Lyon, Montpellier, Nice, Paris, Bordeaux et Strasbourg (stagiaires ou au pair) sont les ambassadeurs des villes dans lesquelles ils séjournent et décrivent leurs expériences et partagent leurs bons plans sur un blog <http://deinfrankreich.de/> et d'une page facebook:

<http://www.facebook.com/DeinFrankreich>

Résultats partiels au 23 novembre (5 semaines après la mise en ligne) :

- 55 articles en ligne et 8 commentaires
- 7 165 visites
- 201 fans sur la page Facebook
- 20 articles générés dans la presse dont une dépêche dans DPA (équivalent de l'AFP)



PRESSE



➤ Participation au workshop presse organisé par le Club Tourisme Villes

à Strasbourg (20 journalistes)

1 table : un délégué pour présenter l'offre des membres du Club

1 Eductour presse tourisme des Jeunes à Strasbourg

➤ Accueil de presse dans 2 villes où séjournent 2 scouts-reporters (cf campagne « *Dein Frankreich* » 2010)

PRESCRIPTEURS

➤ Etude sur le fonctionnement des séjours scolaires sur les 3 principaux Länder émetteurs

➤ Constitution d'un fichier d'intermédiaires (associations d'étudiants, clubs, associations de voyage, associations de professeurs...)



BELGIQUE



PRESSE



- Accueil de presse en synergie avec un autre Club

PRESCRIPTEURS ET PROFESSIONNELS

- Opération avec les réseaux alternatifs et les mutuelles belges

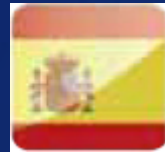
Format : workshop précédé d'une présentation générique ou roadshow

Date et lieu : avril 2011 à Bruxelles

Opération mutualisée : membres des clubs « Tourisme des Jeunes », « Patrimoine et Cultures », « Villages de vacances », « Tourisme et Spiritualité »



ESPAGNE



GRAND PUBLIC



➤ Opération de street-marketing et concours vidéos ou photos

Cibles : jeunes, amateurs de musique et de sorties

Objectifs : moderniser l'image de la France en Espagne et générer du trafic sur franceguide

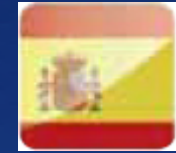
Principe : à l'occasion de la venue d'un artiste français en Espagne organiser un jeu-concours avec à la clé un séjour VIP pour aller voir l'artiste en concert en France

Mécanisme : concours vidéo / photo en ligne. Les vidéos / photos seront en ligne et soumises aux votes des internautes.

Promotion du jeu-concours : via l'opération de street-marketing (distribution de flyers), par ATOUT FRANCE mais aussi, et surtout, par les organisateurs du concert



PRESCRIPTEURS



➤ Journée à l'Alliance Française

Cibles : Alliances Françaises d'Espagne commercialisant des séjours linguistiques et tour-opérateurs

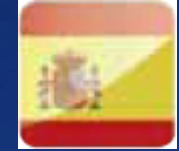
Objectifs : promouvoir les offres des membres, augmenter les ventes.

Principe : présentation de l'offre produit / destination programmée dans le catalogue afin d'augmenter les ventes. Echange avec les tour-opérateurs sur la problématique du tourisme des jeunes en Espagne et, pour les membres du Club, la possibilité de présenter leurs produits

Format: rencontre workshop avec les Directeurs et représentants de 20 Alliances Françaises espagnoles et déjeuner informel avec les tour-opérateurs.



PRESCRIPTEURS



➤ Conférence à l'Institut Français

Cible : Professeurs de français

Objectif : présenter le Club et l'offre de séjours linguistiques des membres

Principe : conférence thématique animée par un délégué puis présentation de l'offre séjours linguistiques des membres du Club et distribution de brochures.

Date : automne 2011.

PRESSE

Accueil de presse



GRANDE- BRETAGNE



GRAND PUBLIC



- Poursuite de la campagne « *Francophonie* » initiée en 2010

PROFESSIONNELS ET PRESCRIPTEURS

- Etude du programme scolaire britannique
- Démarchage des plus importants tour-opérateurs spécialisés scolaires (GOLD CREST, THE NEWMARKET GROUP, NST, SUNLIVING, STG) par 2 délégués
et
- Eductours : 1 ou 2 personnes du tour-opérateur accompagnées des professeurs de leur choix. Destinations à définir en fonction du bilan des démarchages



CAMPAGNES GRAND PUBLIC

Campagne « Francophonie » en Grande-Bretagne

Objectif : promouvoir l'image d'une France dynamique en s'appuyant sur la musique et l'événementiel :

- Campagne de marketing mobile avec téléchargement gratuit d'une mini-brochure via des bornes bluetooth
- Campagne d'affichage dans les gares et universités
- Campagne de e-mailing (à 441 000 contacts)
- Action sur « Facebook » : création d'une page, animation, jeu-concours

Partenaires :

- « Bureau Export de la Musique » : téléchargements de morceaux de musique gratuits et tickets d'entrées sur les festivals de musique en France
- « Eurolines » : budget affichage et dotation pour les jeux-concours



ITALIE



PRESSE



- Accueil de presse en synergie avec le Groupe de travail Tourisme et Spiritualité.
- « Routes cathares et activités sportives » – Pyrénées-Orientales

PRESCRIPTEURS

- Conférence à l'Institut Français

Cible : Professeurs de français

Objectif : présenter le Club et l'offre de séjours linguistiques des membres

Principe : Conférence thématique animée par un délégué puis présentation de l'offre séjours linguistiques des membres du Club et distribution de brochures



ETATS-UNIS





PRESCRIPTEURS

- Participation au congrès « *AATF* » (avec envoi d'un délégué)



OPERATIONS MULTI- MARCHES



ACCUEIL DE PRESSE

Lieu : Destination à confirmer.

Marchés : Belgique, Grande-Bretagne, Mexique, Brésil , Espagne

PARTENARIAT « FIPF »

Opération « Dictée Française » lors du Congrès Européen des Professeurs de français (Prague octobre 2011).



MARCHES EMERGENTS

3 démarchages : avec envoi d'un délégué

Marchés : Mexique, Brésil , Taïwan

BUDGET TOTAL : 10 500 €

AUTRE

Participation à la WYSTC : à étudier en fonction du lieu

