



Nouvelle-Aquitaine, nouvelles sensations.

DOSSIER DE PRESSE

Conférence de presse
Vendredi 10 mars 2023



La Nouvelle-Aquitaine et l'Europe
agissent ensemble pour votre territoire

Financement dans le cadre de la réponse de l'Union
à la pandémie de COVID-19

/// INTRO

C'est avec une grande fierté que nous vous présentons la campagne inédite que nous mettons en œuvre cette année, grâce aux fonds européens REACT-EU et dont le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine bénéficie avec le soutien du Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine.

Depuis février sur les marchés allemand, belge et néerlandais, puis à partir de ce 13 mars pour la France, nous déployons une grande campagne à la fois TV, sur des grandes chaînes nationales, et digitale, en complément pour un ciblage plus fin.

Sur les marchés français comme européens, ces actions sont distinctes du plan d'action habituel du CRT car elles n'auraient pu être réalisées sur nos budgets courants eu égard aux coûts d'accès pour de la promotion sur le média TV. C'est le cadre exceptionnel des fonds européens mis en place pour faire face à la crise sanitaire, qui a permis d'accéder à ce média. Il offre une visibilité plus importante de la destination à un public plus large.

Toutes ces actions intègrent les exigences du « Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs » et de la feuille de route « Néo Terra » du Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine qui visent à faire de la Nouvelle-Aquitaine, la première destination du tourisme durable de France.

Je vous invite à découvrir [la vidéo de présentation](#) de cette campagne.



Christelle Chassagne
Présidente du CRT Nouvelle-Aquitaine

/// EN 2023, UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION TV INÉDITE POUR LA RELANCE DU TOURISME EN NOUVELLE-AQUITAINE

Sur les pays d'Europe de proximité, la campagne valorisera les offres relatives au tourisme durable pour les publics belges flamands, allemands et néerlandais, trois des principaux marchés étrangers de la région. En effet, ces clientèles européennes ne sont que partiellement revenues depuis la crise sanitaire.

Sur les marchés français et néo-aquitain, pour la relance de l'économie touristique, il est important que les visiteurs et habitants s'approprient le territoire, y consomment et y séjournent.

Cette campagne s'appuie sur :

- **La réalisation de spots TV**, axés sur l'humain et sur l'expérience à vivre en Nouvelle-Aquitaine, **diffusés sur des chaînes européennes (France, Belgique, Allemagne et Pays-Bas), nationales et régionales, à très forte audience**, autour des valeurs du tourisme durable en Nouvelle-Aquitaine.
- **La mise en place de campagnes digitales complémentaires** avec renvoi sur les sites internet (différentes langues) du CRT où est présentée l'offre touristique de la Nouvelle-Aquitaine sous un angle tourisme durable, tourisme d'itinérance douce, tourisme de savoir-faire.



Un film a été réalisé à cet effet (**2 formats : 20 secondes** surtout pour la TV et **1mn45** pour le digital qui montre plus des expériences vécues). Les contenus images et vidéos de la campagne ont été en partie créés dans le cadre de l'inventaire touristique des territoires de Nouvelle-Aquitaine (*Cf. ci-dessous*).

Ce spot se veut inspirant, **centré sur l'humain et les émotions générées** par la richesse des territoires et de ses habitants.

Il valorise :

- un **tourisme de 4 saisons** (par des tenues et des paysages d'automne)
- des **activités douces et de plein-air** : vélo, rando, surf...
- des **paysages identitaires** : un littoral atlantique préservé, des vignes de Cognac à parcourir en vélo, des cabanes ostréicoles où déguster des produits de qualité, des villages limousins authentiques, un lac pyrénéen pour profiter des grands espaces...



Les premiers spots sont diffusés progressivement **depuis le 6 février**, pendant deux semaines **en Allemagne** (sur les chaînes nationales Vox et Ntv), *en Belgique flamande* (VTM) et aux Pays-Bas (RTL).

Ils le seront **en France à partir du 13 mars et jusqu'au 30 avril**, sur TF1, TMC et les chaînes du groupe France TV.

Pour la France, le placement des spots de pub se fait sur TF1 beaucoup autour **du journal télévisé**, des magazines d'informations ainsi qu'autour de **l'émission "Quotidien"** sur TMC.

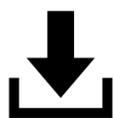
Sur les chaînes du groupe France Télévisions les spots sont programmés aussi autour des journaux télévisés, de **Télématin** et dans des contextes "voyage" avec **"Les carnets de Julie"** et **"Echappées belles"** par exemple.



173
spots diffusés


16
millions

de personnes
qui vont ainsi être exposés au moins
une fois à ce message publicitaire TV,
rien que pour la France



[Télécharger les photos et bannières de la campagne](#)



[Voir les spots sur Youtube](#)



[Spot court](#)



[Spot long](#)



DES PREMIÈRES CAMPAGNES MISES EN ŒUVRE EN 2022 PAR LE CRT GRACE AUX FONDS REACT EU

Déjà en 2022, les fonds REACT-EU ont permis au CRT de déployer une campagne de communication innovante dans le ton et le traitement graphique avec les grands sites de visites, la campagne Où est NAT ? et de lancer la création de contenus pour un inventaire touristique des territoires de Nouvelle-Aquitaine via de l'image/film très haute définition. .



La campagne Où est NAT ?

Les fonds REACT -EU, ont déjà permis au CRT Nouvelle-Aquitaine de porter une campagne de communication digitale, ciblant les clientèles de Nouvelle-Aquitaine, destinée à relancer la fréquentation des sites de visite de la région durement impactés par la crise sanitaire. L'originalité de cette campagne tient dans le fait que la fédération des grands sites dans une action commune de communication est une première à l'échelle régionale. **29 sites de visites étaient concernés par cette campagne** menée en partenariat notamment avec l'ARGAT (Association des Grands Acteurs du Tourisme).

Cette campagne a été mise en œuvre l'été 2022 jusqu'à la mi-février. Elle va se poursuivre en 2023 en lien avec Terra Aventura.

Création de contenus pour un inventaire touristique des territoires de Nouvelle-Aquitaine via de l'image/film très haute définition

Dans un monde d'images, la relance touristique passe en effet par des images de grande qualité de notre patrimoine naturel, culturel et humain. L'objectif de cet inventaire est de séduire par l'image pour inciter au voyage et à la découverte de la région, de disposer de contenus homogènes actuels, des richesses de notre région pour assurer une promotion efficace sur l'ensemble de nos marchés et les mettre à la disposition, libres de droit, pour faciliter leur utilisation et multiplier leur diffusion, de l'ensemble des acteurs du tourisme.

120 sites ont ainsi fait l'objet de la production de contenus en différents formats (photos et vidéos).

A propos des fonds REACT-EU

REACT-EU (Recovery Assistance for Cohesion and Territories of Europe) est un dispositif de fonds européens mobilisés pour répondre à la crise post-Covid-19, destinés à la relance durable du tourisme en Europe.



La Nouvelle-Aquitaine et l'Europe agissent ensemble pour votre territoire

★ Financement dans le cadre de la réponse de l'Union à la pandémie de COVID-19

Avec ce plan de relance, l'Europe se veut plus verte, plus numérique et plus résiliente.

Concrètement, en Nouvelle-Aquitaine, ces nouveaux crédits permettent de soutenir le tourisme, la transition numérique, écologique, énergétique et la mobilité durable.

/// 1ER SEMESTRE 2023 : LES AUTRES ACTIONS DE PROMOTION DU CRT EN BREF

Workshop et éducteurs "Rendez-vous en France"

Rendez-vous en France est **LE workshop incontournable, organisé chaque année par Atout France**, agence de l'Etat chargée de la promotion du tourisme, pour aller rencontrer les tour-opérateurs du monde entier. L'édition 2022, organisée à Nantes, a permis au CRT et sa quarantaine de partenaires de réaliser plus de 2000 rendez-vous avec les professionnels de la distribution touristique. **En 2023, le salon aura lieu à Paris et accueillera 700 tour-opérateurs internationaux** et autant d'exposants Français.

La Nouvelle-Aquitaine sera représentée par le CRT, accompagné de 40 professionnels régionaux. En amont du salon, la région accueillera 40 tour-opérateurs étrangers sur **4 itinéraires infrarégionaux (Départements d'étapes : 16, 17, 19, 23, 24, 33, 64, 87)** afin de leur faire découvrir nos destinations et les inciter au développement de programmation.



#ExploreFrance
#salonRDVF
@atout_france



Action spécifique auprès du marché allemand dans le cadre de l'ouverture d'une ligne ferroviaire directe Francfort > Bordeaux



Gare de Bordeaux

© David Remazelles - Gironde tourisme

Le CRT Nouvelle-Aquitaine se saisit de l'ouverture de la ligne ferroviaire saisonnière opérée par la Deutsche Bahn et SNCF de Francfort à Bordeaux, **pour promouvoir et inciter la clientèle allemande à une mobilité plus éco-responsable** pour venir en vacances dans la région. Cette ligne opérée à raison d'une **fréquence aller-retour par semaine le samedi**, de juillet à août 2023, s'arrêtera dans les villes étapes de Tours en Centre-Val de Loire et Poitiers et Angoulême en Nouvelle-Aquitaine.

Afin de soutenir cette liaison ferroviaire, le CRTNA met en œuvre **un plan d'action ambitieux à destination de la clientèle allemande** mixant des actions visant le grand public, portées par le Contrat de Destination de Bordeaux, via la parution de publiprédactionnel dans le Frankfurter Allgemeine Zeitung (plus de 800 000 lecteurs), de l'affichage en gare de Frankfort, des activations digitales (display et réseaux sociaux) mais aussi des opérations de promotion à destination des professionnels et journalistes allemands (voyage de presse en avril et à la date de lancement de la ligne le 8 juillet, rencontres avec des tour-opérateurs, autocaristes et agences à Francfort et Düsseldorf en mai, etc.).

Cette ouverture de ligne est aussi l'occasion d'une **collaboration entre le CRT Nouvelle-Aquitaine et le CRT Centre Val de Loire** pour structurer la communication sur l'offre de service dans les différentes gares d'arrivée.



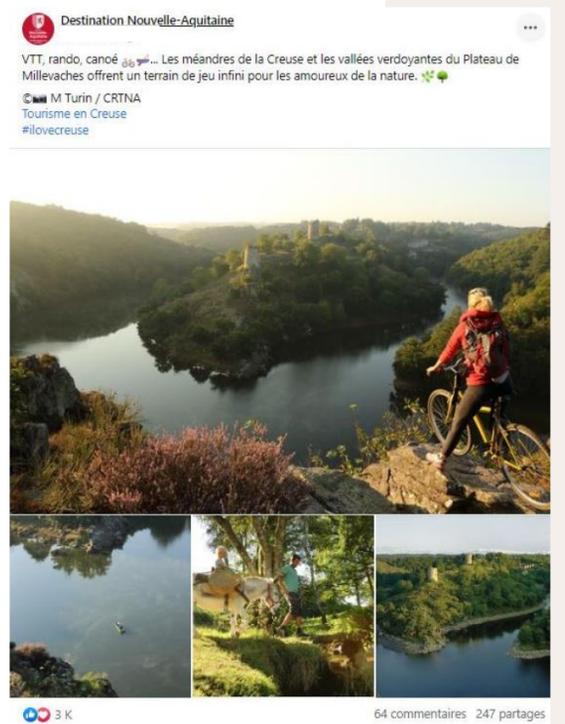
Gare de Francfort

/// 1ER SEMESTRE 2023 : LES AUTRES ACTIONS DE PROMOTION DU CRT EN BREF

Campagne digitale sur le marché France

Le CRT NA a lancé en 2023 un dispositif de **campagne digitale** inédit auprès des clientèles domestiques, avec, pour la première fois un planning éditorial se déroulant **sur l'ensemble de l'année destiné à favoriser les arrivées en dehors des pics de fréquentation touristique.**

Principalement déployé sur les réseaux sociaux et des sites de voyage affinitaires, ce planning comprend des séquences de communication généraliste sur l'ensemble des destinations régionales ainsi que des plages dédiées à la valorisation des filières thématiques (itinérance douce, vélo, tourisme de savoir-faire, offre de tourisme social, etc.). Cette campagne est pensée en complément des campagnes d'images déployées grâce aux fonds européens.



Accueils de presse autour de la thématique "Savoir-Faire"



Dans le cadre des travaux du club «Tourisme de Savoir-Faire » animé par le CRT, deux accueils de presse sont prévus cette année afin de **valoriser les entreprises visitables et les sites valorisant les savoir-faire de la région.**

Conçu en partenariat avec les Agences et comités départementaux du tourisme, le premier accueil aura lieu en avril prochain, « **A la découverte de métiers anciens ou méconnus** », comprenant l'accueil de 4 grands médias nationaux en Dordogne, Corrèze et Creuse. Le deuxième accueil à définir aura lieu en septembre autour de la thématique « **Art de la table et savoir-faire d'exception** ».

Campagne de promotion de l'itinérance douce, avec Outdooractive

Afin de réaliser des actions de promotion ciblée sur les thématiques de l'itinérance douce, le CRT a noué un partenariat inédit avec la **plateforme à forte audience qualifiée, nationale et européenne, OutdoorActive.**

Lancé au premier semestre, un premier volet de campagne digitale, valorisera **l'offre d'itinérance douce dans des « espaces naturels »** en intégrant des conseils et messages de **sensibilisation à la préservation de ces espaces.**



Lancement de la saison 2023 de Terra Aventura



Dès le **8 avril 2023**, premier temps fort de l'année, avec l'ouverture de **12 parcours inédits en partenariat avec Creuse Tourisme en avant-première** de la saison afin de célébrer "2023, année de la Creuse". Plusieurs événements ponctueront les prochains mois avec des surprises exclusives.

Le **samedi 24 juin 2023**, l'ensemble de la Nouvelle-Aquitaine sera à la fête avec l'ouverture d'une **30aine de nouveaux parcours** qui couvriront l'ensemble des départements.

2022, année exceptionnelle avec 3 millions de joueurs séduits !



**RETROUVEZ TOUTES NOS ACTIONS DE PROMOTION
SUR LE SITE PRO DU CRT
WWW.CRT-NOUVELLE-AQUITAINE.COM**



*La Nouvelle-Aquitaine et l'Europe
agissent ensemble pour votre territoire*

Financement dans le cadre de la réponse de l'Union à la pandémie de COVID-19