

n°25 / été 2012

# destination FRANCE

LE JOURNAL D'INFORMATION  
DE ATOUT FRANCE

## La Bourgogne signe son Contrat de Destination

lire p.8

Exposition  
internationale 2012  
de Yeosu

lire p.3

Marseille-Provence 2013 :  
les retombées économiques  
d'une capitale culturelle

lire p.6

Le Brésil, un pays qui n'a pas  
fini de faire parler de lui

lire p.16



rendezvousenfrance.com

COMPÉTITIVITÉ

# Export

## Les Plus Beaux Villages de la Terre : pour une meilleure valorisation du concept à l'international

L'association Les Plus Beaux Villages de France fait appel à Atout France pour promouvoir le concept de Plus Beaux Villages de la Terre, né en 2003 et adopté par différents territoires à l'international.



→ Village de Lauzerte et sa bastide médiévale (Tarn-et-Garonne)

Reconnue à la fois sur le plan national et international depuis 30 ans, la démarche de l'association Les Plus Beaux Villages de France a dépassé les frontières et fait l'unanimité en Europe et dans le monde.

Face à cet engouement croissant, la fédération Les Plus Beaux Villages de la Terre est née en 2003 autour du triptyque France, Wallonie, Italie, auquel s'est joint le Japon en 2010.

“

Avec 32 villages, la Région Midi-Pyrénées est celle qui compte le plus de Plus Beaux Villages de France.

Aujourd'hui, cette fédération prend un nouveau souffle avec la modification de ses statuts à l'occasion des Rencontres Internationales qui se dérouleront à Gordes les 6, 7 et 8 juillet prochains.

Depuis toujours, l'association partenaire de Atout France participe à l'attractivité de la destination France ainsi qu'à son rayonnement à l'international. En avril dernier, Le Plus Beau Village de Conques a ainsi reçu plusieurs tour-opérateurs venus des États-Unis, du Canada et de Hong Kong dans le cadre d'un éductour organisé par Atout France à l'initiative du Comité Régional du tourisme de Midi-Pyrénées.

À la faveur des prochaines Rencontres de Gordes, Atout France et l'association Les Plus Beaux Villages de France ont décidé de renforcer leur partenariat avec pour ambition de mieux faire rayonner à l'international cette marque d'excellence des villages ruraux français.

Contact: corinne.lespinasse-taraba@atout-france.fr ■

## Ouvrir un nouveau musée ou un lieu culturel

La France présente une diversité patrimoniale et architecturale qui fait d'elle une destination unique. Églises, cathédrales et abbayes, centres villes anciens, musées et sites culturels, haute couture, arts et gastronomie...

C'est tout un patrimoine et un savoir-faire d'excellence qui sont à découvrir à travers des itinéraires régionaux...



→ Futur musée Soulages, Communauté d'agglomération du Grand Rodez

L'ouverture d'un nouveau musée ou d'un centre culturel constitue une véritable opportunité de révéler le potentiel d'une destination et l'esprit des lieux, dans sa diversité, son authenticité et son originalité.

En incarnant la modernité, en combinant art, design ou gastronomie, en s'affirmant comme points de passage obligés (le centre Pompidou Metz, le Louvre-Lens), en générant des événements indispensables pour attirer et

fidéliser les clientèles; ces lieux culturels sont l'opportunité de repositionner et de renouveler une destination en complétant l'offre par une visite innovante.

L'implication de tous les acteurs publics et privés autour de l'ouverture d'un site patrimonial est indispensable mais ne suffit pas à faire du futur musée un levier de développement économique à part entière. L'ouverture doit être pensée à l'échelle de la destination: aménagement des espaces publics, amélioration de l'image de la ville, adaptation de l'offre et implication de la population locale.

Une destination n'est pas une juxtaposition d'offres diverses et n'est pas exclusivement un outil de promotion et encore moins un territoire administratif. Une destination est avant tout construite autour d'une stratégie portée par une marque et axée sur des objectifs clairs et partagés.

C'est dans cet esprit que Atout France accompagne les collectivités comme la Communauté d'agglomération du Grand Rodez pour le musée Soulages ou la commune du Cannet pour le musée Bonnard. L'Agence intervient à leurs côtés pour identifier et structurer les efforts qui restent à faire sur l'offre touristique, sa lisibilité ainsi que sa mise en marché. Ce travail repose sur une compréhension préalable des besoins et attentes des différentes cibles de clientèles pour faciliter l'élaboration de produits et d'une politique commerciale adaptée. Pour cela, Atout France envisage de conduire un travail plus spécifique sur les ressorts et leviers possibles de l'art contemporain, du design et de l'architecture en lien avec l'activité et l'offre touristique ■