

La Marque France un repère pour le tourisme

Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)

Lundi, 11 Février 2013 00:00 -

Le gouvernement vient de lancer une mission destinée à créer une marque pour la France, s'inspirant de l'expérience de nombreux pays étrangers. Reste à savoir quel rôle jouera le tourisme dans cette stratégie et quels bénéfices le secteur est susceptible d'en tirer...

L'aréopage de ministres a remplacé la marinière. Le 30 janvier dernier, c'est un Arnaud Montebourg, ministre du Redressement productif, en costume mais accompagné de trois consoeurs (Nicole Bricq, Sylvia Pinel et Fleur Pellerin) qui a lancé très officiellement une mission destinée à créer une « Marque France ». Confiée au publicitaire Philippe Lentschener, qui devra rendre ses conclusions d'ici le 1er mai, elle aura pour objectif de renforcer l'image et l'attractivité économique de l'Hexagone à l'étranger. Et Arnaud Montebourg d'expliquer que cette marque devra servir autant « Renault qui vend ses voitures au Brésil » que « le gîte dans le Tarn-et-Garonne ou dans l'Aveyron » qui se promeut sur Internet.

La référence au tourisme n'a évidemment rien d'anodin. Ce secteur est depuis longtemps l'un des principaux relais d'image de la France dans le monde. Mais pour Nicole Bricq, ministre du Commerce extérieur, il s'agit justement d'aller au-delà des traditionnels clichés que sont « les fromages, les Champs-Élysées, les châteaux de la Loire et les amoureux ».

[en savoir plus](#)

Consultez la source sur Veille info tourisme: [La Marque France un repère pour le tourisme](#)