



COMMUNIQUÉ DE PRESSE



NETFLIX



ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France



*unissent
leurs forces
au service
du rayonnement
culturel et touristique
de la France*





Netflix et Atout France unissent leurs forces au service du rayonnement culturel et touristique de la France

Netflix met régulièrement la France à l'honneur à travers ses productions françaises et internationales tournées dans l'Hexagone. Une nouvelle étude, menée par l'institut d'études Basis, révèle que la diffusion de ces films et séries renforce l'attractivité culturelle et touristique de la France. Forts de ce constat, Netflix et Atout France signent une lettre d'engagement en faveur du rayonnement de la France. À cette occasion, ils dévoilent une campagne publicitaire "On n'a pas fini d'imaginer la France", ainsi qu'une collection inédite de guides touristiques afin de découvrir la France autrement, dans les pas des héros Netflix : Emily, Lupin... et bien d'autres !



Des films et séries qui donnent envie de visiter la France

Qui n'a jamais été pris d'envie de voyage en regardant un film ou une série, tranquillement installé dans son canapé ? Lupin, Balle Perdue, Murder Mystery, Miraculous, La Vie Scolaire... il n'y a pas qu'Emily in Paris qui donne envie de découvrir la France. Selon une étude réalisée par Basis auprès de spectateurs américains, japonais et allemands, les spectateurs qui ont regardé des programmes français sur Netflix sont **3 fois plus susceptibles de désigner la France comme leur destination de voyage n°1**.

De plus, les abonnés Netflix qui ont regardé ces films et séries auront généralement davantage envie de découvrir la culture française en poursuivant l'expérience à leur manière :

- **63% souhaitent venir visiter les sites culturels et les monuments**
- **61% désirent s'initier aux spécialités culinaires**
- **58% désirent arpenter les villes françaises portées à l'écran**

L'intérêt pour la culture française s'étend également à la langue : **les spectateurs ayant regardé des productions en langue française sont 3,5 fois plus désireux d'apprendre à parler français** que les spectateurs non exposés (32% vs. 9% des sondés).

En touchant des publics qui n'auraient pas nécessairement eu accès à des œuvres françaises, Netflix permet de faire découvrir la France différemment. Au-delà de l'envie de voyager, **près d'une personne sur deux ayant regardé une série ou un film français proposé par Netflix déclare avoir une image plus positive du pays**.





Netflix et Atout France s'associent autour d'une campagne et d'un guide touristique

Forts des enseignements de cette étude, Netflix et Atout France signent une lettre d'engagement afin de renforcer l'attractivité de la France. À cette occasion, ils dévoilent une **campagne publicitaire « On n'a pas fini d'imaginer la France »**, ainsi qu'un **guide de voyage numérique** pour permettre aux spectateurs de découvrir la France à travers les films et les séries Netflix.



CAROLINE LÉBOUCHER,

Directrice générale d'Atout France précise :

« Grâce à la diversité de ses paysages, à la richesse de son patrimoine culturel et à son art de vivre, la France offre le plus beau des écrans aux tournages de films et séries. Le partenariat que nous formalisons aujourd'hui avec Netflix va nous permettre de développer davantage encore l'attrait pour la France généré grâce aux films et séries. Grâce au guide de voyage et à la carte interactive proposés, les visiteurs découvriront les sites et lieux français mis en valeur dans les films et séries Netflix, y compris des lieux moins connus que les sites et destinations iconiques.»

MARIE-LAURE DARIDAN,

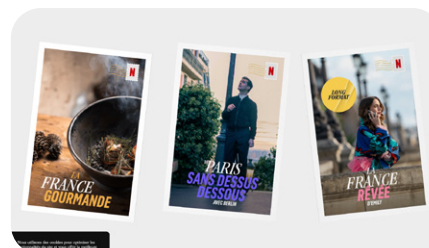
Directrice des relations institutionnelles de Netflix France :

« Avec plus de 20 productions originales françaises par an, nous sommes fiers de faire rayonner la France dans plus de 190 pays à travers le monde. En nous associant avec Atout France, nous souhaitons faire découvrir ou redécouvrir à l'écran la France et ses richesses.»



Ce dispositif s'inscrit également dans le cadre de la campagne « marque France », incarnée par la signature « MAKE IT ICONIC. Choose France », portée par le Ministère de l'Europe et des affaires étrangères et opérée par le Service d'information du Gouvernement. Lancée en octobre dernier par le Président de la République, la marque France vise à faire rayonner la France, sa culture, ses talents et son économie à l'échelle internationale. Mettant en avant « l'audace à la Française », elle a pour ambition de renforcer l'attractivité de la France à l'international.

Au lancement, le **guide en ligne** accessible sur **netflix-en-france.fr** propose une douzaine de parcours thématiques, un générateur de guides personnalisés et une sélection de plus de 70 lieux liés à des films et des séries iconiques à l'aide d'une carte interactive.



Pourquoi pas une soirée en amoureux sur les pas d'Emily in Paris ? Un weekend à Marseille entre amis ? Une virée gastronomique ? Entre incontournables et adresses plus confidentielles, le guide alterne informations sur le lieu et anecdotes de tournage. Un bon moyen de se replonger dans des scènes entrées dans la pop culture !



NETFLIX

À propos de Netflix :

Avec plus de 260 millions d'utilisateurs payants dans plus de 190 pays profitant de séries, films et jeux dans une multitude de genres et de langues, Netflix est l'un des leaders mondiaux du divertissement. Les abonnés peuvent regarder leurs programmes, les mettre en pause et en reprendre la lecture autant qu'ils le souhaitent, n'importe quand et où qu'ils se trouvent, et ont également la possibilité de changer d'offre à tout moment.

Contact presse: france-pr@netflix.com

**ATOUT
FRANCE**

L'Agence de développement
touristique de la France

À propos d'Atout France :

Atout France, l'Agence de développement touristique de la France, contribue à renforcer l'attractivité et la compétitivité de la destination France et se mobilise pour en faire une référence mondiale en matière de tourisme durable d'ici 2030. Grâce à son fonctionnement partenarial unique fédérant près de 1200 acteurs du tourisme, à la fois publics et privés, à l'engagement de ses équipes présentes en France et à l'international, c'est tout un collectif qu'Atout France mobilise autour d'une feuille de route ambitieuse pour le secteur : accélérer la transformation du tourisme français vers des modèles plus qualitatifs, durables, innovants et inclusifs pour offrir aux visiteurs du monde entier des séjours inoubliables en France.

Contact presse : laura.sola@atout-france.fr

**MAKEIT
ICONIC.**
CHOOSE FRANCE

A propos du Service d'information du Gouvernement :

Placé sous l'autorité du Premier ministre, le Service d'Information du Gouvernement (SIG) travaille à la transformation de sa communication, au service d'une meilleure information pour les citoyens et d'une organisation plus efficace pour l'État. Pour ce faire, le SIG remplit ses missions selon trois axes :

- il analyse l'évolution de l'opinion publique et le traitement médiatique de l'action Gouvernementale;
- il informe le grand public de l'action du Premier ministre et du Gouvernement;
- il pilote et coordonne au niveau interministériel la communication Gouvernementale

Contact presse : mathilde.hervagault@pm.gouv.fr • choosefrance.fr

