

La Commission européenne du Tourisme a présenté lors du salon espagnol Fitur son plan "Destination Europe 2020", afin de promouvoir le continent comme une destination globale. Bémol : le budget est limité à un million d'euros.

L'Europe du tourisme reste balbutiante, mais elle tente d'aller de l'avant. En marge du [salon Fitur, qui se tenait la semaine dernière à Madrid](#)

, la

[Commission européenne du Tourisme](#)

(organisation à but non lucratif basée à Bruxelles, qui fédère les offices nationaux du tourisme de 33 pays d'Europe, mais pas la France)

[a présenté son plan "Destination Europe 2020"](#)

, qui vise à promouvoir le continent comme une destination globale.

Quatre grands marchés long-courrier

Elaborée en collaboration avec l'Union européenne, cette stratégie vise dans un premier temps quatre grands marchés long-courriers (Etats-Unis, Canada, Brésil et Chine). Elle reposera sur des études de marché afin de mieux connaître les besoins des clientèles cibles, des actions de marketing, via principalement un site Internet, et la tenue de conférences de "haut niveau" au cours des prochains mois, en avril à Sao Paulo, en mai à New-York et en octobre en Chine.

[en savoir plus](#)

Consultez la source sur Veille info tourisme: [La destination Europe veut devenir un concept vendable](#)