

**CONSEIL DÉPARTEMENTAL  
DES BOUCHES-DU RHONE**

Direction Générale Adjointe Stratégie et Développement du Territoire  
Direction des Relations Internationales et des Affaires Européennes  
12255

**RÉUNION DE LA COMMISSION PERMANENTE DU 19 OCTOBRE 2018  
SOUS LA PRÉSIDENTE DE MME MARTINE VASSAL  
RAPPORTEUR(S) : MME DANIELLE MILON / M. PATRICK BORÉ**

**OBJET : Goût de France - Goût de Provence 2019  
Partenariat avec le Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères.  
(MEAE)**

---

Madame la Présidente du Conseil départemental des Bouches-du-Rhône, sur proposition de Monsieur le Délégué aux affaires internationales et européennes - interventions humanitaires, soumet à la Commission permanente le rapport suivant :

Considérant la gastronomie comme l'un des piliers pour l'attractivité touristique de la France, le MEAE soutient l'opération «Goût de / Good France». Opération annuelle de promotion de la gastronomie française, inspirée des «Dîners d'Epicure» initiés en 1912 par Auguste Escoffier, qui consiste à proposer le même jour (le 21 mars) un dîner «à la française» à un grand nombre de convives dans plusieurs milliers de restaurants partenaires et dans les ambassades de France sur les 5 continents.

*Dans le cadre de l'année de la gastronomie en Provence (MPG2019), le CDT Provence Tourisme et le Conseil départemental des Bouches-du-Rhône ont obtenu du MEAE que l'événement «Goût de / Good France» soit fléché «Goût de Provence» pour son édition 2019.*

Ainsi, le Territoire de Provence et sa gastronomie seront valorisés dans le cadre de l'édition 2019.

1 - Goût de France en quelques chiffres de l'édition du 21 mars 2018 :

- plus de 300 000 convives réunis autour d'un dîner français dans 3500 restaurants et 156 ambassades et consulats de France, dans 152 pays et sur les 5 continents ;
- répartition par continent, hors France, l'Europe arrive en tête réunissant 44% des restaurants participants à Goût de France, puis l'Asie avec 24%, les Amériques atteignent 19%, l'Afrique arrive ensuite à 12%, puis l'Océanie, avec 1% de participation ;
- la Pologne, la Grèce et le Brésil se partagent le podium des pays comptant le plus de restaurants participants ;
- les principaux marchés pourvoyeurs de touristes sont bien placés : la Russie, l'Inde, l'Espagne, l'Italie, le Royaume-Uni et le Japon sont au top dix des pays les mieux représentés ;
- en France, près de 1300 restaurants ont participé, en métropole et en outre-mer.

Couverture médiatique

- Les retombées médiatiques sont valorisées à 20 millions d'euros.

- Plus de 4000 articles ont été publiés dans 152 pays.
- La couverture télévisuelle a été assurée dans 170 pays sur les chaînes France24 et TV5Monde et sur près de 60 chaînes de TV françaises et étrangères.
- Un affichage urbain a été déployé dans 40 villes du monde : dans les aéroports de Paris et de Shanghai, à New York, à Paris (Champs-Élysées) et dans 26 villes de province, grâce au partenaire JC Decaux. Des campagnes d’affichage ont été déployées en Afrique du Sud, en Islande, en Géorgie, au Qatar et au Sultanat d’Oman.
- En France, la couverture médiatique a eu un fort écho grâce à des séries de reportages dans trois grands médias français : 6 pages dans le Paris Worldwide (280 000 exemplaires / 1 million de lecteurs), 8 pages dans le Figaro Magazine (400 000 exemplaires / 1,9 million de lecteurs), 24 pages dans le Sud-Ouest Gourmand (12 500 exemplaires), distribué aux 1300 restaurants participants en France.
- Sur internet, le site [www.goodfrance.com](http://www.goodfrance.com) a bénéficié de la forte audience de son site hébergeur [France.fr](http://France.fr), soit 1,6 million de visites mensuelles.
- Sur les réseaux sociaux, l’événement a fait l’objet d’une intense campagne digitale sur Facebook, Twitter et Instagram, totalisant près de 15 millions de personnes touchées par les hashtags *#GoodFrance #GoutdeFrance*.

## 2 - Proposition de partenariat pour conduire l’édition 2019 de l’opération « Gout de France »

La structure initiatrice, porteuse et organisatrice de l’événement est l’association «Good France». Les partenaires de l’opération sont : le MEAE, le CDT Provence Tourisme et le Conseil départemental des Bouches-du-Rhône.

### A - L’association Good France s’engage notamment à :

- organiser un événementiel dédié à la destination Provence dans deux villes de deux pays sur 2 continents : Asie-Corée-Séoul et Amériques-Etats Unis-NYC ;
- mettre à l’honneur de la destination Provence lors de l’événement grand public du 21 mars 2019 à Paris (à l’étude : un grand banquet provençal sur les quais de la Seine) ;
- mettre en place un jeu concours pour valoriser la destination Provence ;
- organiser les prises de parole officielles lors de l’événement presse de lancement à Paris ;
- communiquer sur les supports digitaux, les réseaux sociaux Good France (Facebook, Twitter, Instagram) et apposer le logo partenaire sur tous supports.

### B - Le Conseil départemental et le CDT Provence Tourisme s’engagent notamment à :

- organiser le 20 mars 2019, un événement de pré-lancement à Marseille, en coopération avec le Corps consulaire de Marseille,
- participer en présentiel à la conférence de presse (février) et au Grand Banquet à Paris le 21 mars,
- organiser la sélection des 4 chefs de Provence qui seront envoyés sur les 2 destinations ciblées : NYC et Séoul et 1 chef pour l’opération sur Paris,
- travailler au menu de Provence qui sera proposé dans les ambassades, consulats et restaurants partenaires à travers le monde.

Aussi au bénéfice des considérations qui précèdent, il vous est proposé :

- d'approuver la convention de partenariat, ci-jointe, avec l'association « Good France »,
- d'autoriser la Présidente à la signer,
- d'approuver le principe de l'attribution d'une subvention d'un montant de 95 000 € à l'association « Good France ».

Telles sont les raisons qui nous incitent à proposer à la Commission permanente de prendre la délibération ci-après.

**Signé**  
**La Présidente du Conseil départemental**

Martine VASSAL