RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Allemagne

Avec 84 millions d'habitants, un pouvoir d'achat important et surtout un taux de départ en vacances de 78% (chiffres 2019), l'Allemagne reste l'un des marchés incontournables de l'industrie touristique.
En 2022, les Allemands représentaient à eux seuls 13,06 millions d'arrivées en France, les recettes correspondantes s'établissant à 5,57 milliards d'euros.

Chiffres clés

13,06 millions d'arrivées en France	**5,57 Mds** d'euros de recettes en France	**77 M** de courts séjours

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- **Population** : 84 millions d'habitants
- **PIB** : 46 020 euros par habitant
- **Prévisions de croissance** : -0,2% en 2023, +1,5 en 2024

Positionnement de la destination France

En 2019, année de tous les records, les Allemands ont réalisé 158 millions de séjours (dont 87 millions de courts séjours) pour une recette touristique de 96 milliards d'Euros.

En 2022, les Allemands représentaient à eux seuls 13,06 millions d'arrivées en France, les recettes correspondantes s'établissant à 5,57 milliards d'euros.

La France se place en 6ème position des destinations les plus visitées par les Allemands (en 3ème pour les courts séjours).

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les caractéristiques du marché allemand :

- I**l est décentralisé**…et donc particulièrement intéressant d'un point de vue touristique.
  Il permet d'optimiser les ailes de saison et de réorienter ainsi les flux touristiques sur des périodes moins fréquentées.
- Les vacances scolaires d'été débutent très tôt dans certains Länder (le 22 juin pour la Rhénanie du Nord-Westphalie en 2023) et se terminent tard dans d'autres (mi-septembre pour le Bade Wurtemberg et la Bavière). Ces deux mêmes Länder disposent chaque année de 10 jours de vacances autour de la Pentecôte.
- **C'est un marché émetteur** : 2/3 des départs se faisaient à l'étranger avant la crise.
  Les destinations favorites traditionnelles pour les longs séjours : Espagne, Italie, Autriche, Grèce, Turquie
  L'Allemagne n'est pas équipée pour répondre à une telle demande : Pays de salons, elle a vu les investissements touristiques de ces dernières années se tourner vers les métropoles et le tourisme d'affaires.
- **Il est courtisé** : pour les raisons évoquées ci-dessus. Les investissements publicitaires opérés par nos concurrents tout au long de l'année sont souvent sans commune mesure avec nos budgets.

La distribution :

Lentement mais surement les professionnels du tourisme recouvrent le niveau 2019. Peu de changement parmi les principaux acteurs à noter après la pandémie. Toutefois des petites structures émergent privilégiant des produits de niche. L'aérien se rapproche de ses résultats de 2019, quant au ferroviaire, de nombreuses lignes internationales ont été ouvertes permettant des mobilités plus douces et durables.Depuis 2019, les comportements de voyages se sont trouvés modifiés (allongement de la durée de séjour/hébergement locatifs ou camping/caravaning privilégiés, recherche d'un tourisme plus authentique, plus durable)

S'appuyant sur ces constats, le bureau d'Atout France en Allemagne proposes différents axes de communication stratégiques en phase avec les nouveaux comportements de consommation.

- Le tourisme durable, éco-responsable, le slow tourisme, l'un des enjeux majeurs de la prochaine décennie.
  L'art de vivre et la gastronomie, ADN de notre destination.
- Les grands événements enfin, qui sont autant d'opportunités de porter en exergue nos savoir-faire et l'innovation de notre offre touristique.
  Données actualisées en juillet 2023.

Le tourisme d'affaires :

A la différence des voyages de loisirs, le MICE a été plus long à redémarrer. Néanmoins les professionnels du secteur sont confiants en l'avenir. Une évolution en relation avec le contexte est à noter : les évènements sont de plus petites tailles permettant alors de faire promouvoir de nouvelles offres et gagner une nouvelle clientèle.

Nos recommandations pour aborder ce marché

Il est donc crucial de rester présent sur le marché en affinant le ciblage des communications.
Les tendances :

- Sl**ow tourisme** : Cyclotourisme (5,4 millions de séjours cyclo de plus de 3 jours entrepris en 2019), Randonnée (38,4 millions de personnes ont déclaré en 2020 pratiquer la randonnée).
- **Tourisme slow urbain**, l'art de vivre, la gastronomie : Nécessité de prendre en compte l'importance croissante des régimes végétariens et végétaliens notamment chez les Millenials (1,3 Millions de vegans contre 80.000 en 2008) et 10% de la population sont végétariens soit 8 Millions.
- **Autre fait marquant** : Tesla fait une entrée remarquée dans le top 10 des immatriculation 2022 et les ventes de véhicules tout électrique représentaient en mai 2023 17% des ventes de véhicules de loisir. Cette nouvelle tendance, mise en correspondance avec les habitudes de consommations des Allemands et la prépondérance de la voiture comme moyen de transport utilisé pour les vacances devra être nécessairement pris en compte pour améliorer les possibilités de recharge.
- **Le retour aux sources**, aux valeurs (famille, amis, nature intacte) exacerbé par la crise du Covid.
- **L'Allemagne terre des sports par excellence** : en 2024 le pays accueille les championnats d'Europe de handball et de football. Parmi les disciplines les plus plébiscitées : 29,8% des Allemands suivent le foot, 11, 3% suivent le handball, 11,6% apprécient le biathlon et 11,6% l'athlétisme.

  Les cibles prioritaires BtoC pour 2023 :
  DINKS
  Millenials
  Familles
  Les thématiques fortes pour le BtoC :
  Littoral
  Nature, grands espaces
  Slow tourisme, découvertes des territoires par la randonnée, le cyclotourisme
  Slow urbain
  Art de vivre
  Montagne hiver

Le marché Allemagne en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

ALLEMAGNE

Quelques données économiques

- 84,1 MILLIONS d'habitants
- 46.020 € PIB / habitant
- -0,2 % (prévisions 2023); +1,5 % CROISSANCE (prévisions 2024)

27% PRINTEMPS	18% AUTOMNE
52% ÉTÉ	6% HIVER dont Noël

Période de réservation

Jan Fev Mar Avr Mai Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France

Données touristiques en 2022

67,1	MILLIONS de voyages longs séjours (cinq jours et plus) entrepris par les Allemands
77	MILLIONS de voyages courts séjours (deux à quatre jours)
13,06	MILLIONS d'arrivées d'Allemands en France
5,57	MILLIARDS de recettes touristiques

Principaux bassins émetteurs

Bade-Wurtemberg
Rhénanie du Nord-Westphalie
Hesse

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 6ème destination des Allemands à l'étranger et la 3ème pour les courts séjours
- Ils privilégient les voyages en voiture
- Ils sont sensibles à l'accueil, la propreté
- Ils recherchent en France : Les grands espaces, l'art de vivre, les événements culturels, slow tourisme

TOP 3 des motivations de voyages en France

- Patrimoine
- Tourisme Littoral
- Nature & Campagne

Contact marché Allemagne | karine.lober@atout-france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **Workshop France 24 en Allemagne** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

- **"France Excellence" : Workshop Luxe et Incentives Allemagne, Suisse, Autriche et Europe Centrale** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux

- **Allemagne - Panel d'experts MICE** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

- **Événement média patrimoine et culture en France** : Rencontres médias / Médias internationaux

WORKSHOP FRANCE 24 EN ALLEMAGNE PRESTATION

Marchés d'intervention :	Allemagne
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B
Cibles :	Professionnels internationaux

Workshop au cours duquel les partenaires français auront l'occasion de rencontrer des professionnels allemands durant des séances de speed meeting et de networking.

OBJECTIFS

- Faire connaitre le potentiel de la destination France
- Générer de nouveaux contacts avec les professionnels allemands et intensifier les relations déjà existantes

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et partenaires privés
Nombre de partenaires souhaités :
40

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 30 juin 2024
Précisions tarifaires :
Coûts approximatif : A partir de 2.300€ HT

FORMAT

Liste des sessions :
Workshop France 24
Date de début
15 septembre 2024
Date de fin
17 septembre 2024
Date limite d'inscription
30 juin 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Combinaison de
rencontres professionnelles

(2 sessions de speed-meeting d´une ½ j.) et de
networking.
Le workshop se déroulera en format présentiel en France, afin de faire découvrir la destination aux tour-opérateurs allemands conviés, tout en permettant de nombreux échanges avec les exposants francais.

- Présentations thématiques aux invités allemands
- Découverte d´une destination
- 3 jours / 2 nuits entièrement dédiés à échanger avec les participants allemands
- Pré- ou Post-tours (tbd)

Pour les partenaires qui le souhaitent, il est possible de profiter d'une visibilité supplémentaire à un tarif privilégié auprès de la presse professionnelle :

©Avel Chuklanov

Profil visiteur :

Loisirs: tour-opérateurs, autocaristes, presse pro
Visiteur attendu :
30

Pascal Reiling pascal.reiling@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

"FRANCE EXCELLENCE" : WORKSHOP LUXE ET INCENTIVES ALLEMAGNE, SUISSE, AUTRICHE ET EUROPE CENTRALE

PRESTATION

Marchés d'intervention : Autriche Allemagne Suisse
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Cibles : Organisateurs d'événements MICE internationaux

Le Workshop " France Excellence" est un nouveau format d'opération qui rassemblera pour la 1ère fois en 2024 environ 70-80 acheteurs des secteurs haut de gamme (env. 70%) et incentives (env. 30%) issus des marchés allemand, suisse, autrichien et d'Europe centrale et orientale (notamment Pologne, Roumanie, Bulgarie).

OBJECTIFS

- Valoriser votre offre auprès d'acheteurs des secteurs haut de gamme et incentive sur la zone ASA / Europe Centrale
- Nouer de nouveaux contacts et développer des relations d'affaires
- Créer un bon relationnel avec les professionnels grâce aux différents temps de Networking

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Adhérents pôle Tourisme d'Affaires (offre incentives), CRT, OT, Hôtellerie haut de gamme, agences réceptives (DMC/haut de gamme), lieux historiques et atypiques privatisables, etc.
Nombre de partenaires souhaités :

Présentation des partenaires dans le catalogue éléctronique des exposants
Visibilité partenaire :
30 à 50

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 08 mars 2024
Précisions tarifaires :
Coûts approximatif : 4 500 € HT

FORMAT

Liste des sessions :
"France Excellence" : Workshop Luxe et Incentives Allemagne, Suisse, Autriche et Europe Centrale
Date de début
16 octobre 2024
Date de fin
17 octobre 2024
Date limite d'inscription
08 mars 2024

Lieu :

Format de l'opération :

- Une journée et demie de

  rendez vous préprogrammés
  de 20 minutes (planning de 36 RV / exposant)
- Une grande soirée événementielle pour favoriser les échanges conviviaux

Profil visiteur :

TOs et agences haut de gamme, agences incentives
Visiteur attendu :
70 à 80

Solenne Morel solenne.morel@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ALLEMAGNE - PANEL D'EXPERTS MICE PRESTATION

Marchés d'intervention :	Allemagne	
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B	
Cibles :	Organisateurs d'événements MICE internationaux	Professionnels internationaux

Temps fort associant la découverte d’une destination MICE et le partage d’expériences.

OBJECTIFS

- Renforcer la connaissance sur l’évolution des besoins et attentes de la branche du marketing événementiel.
- Faire découvrir le potentiel d´une destination affaires

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, privés
Nombre de partenaires souhaités :
1

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : Tout au long de l'année
Précisions tarifaires :
Coûts approximatif : 1.800€ HT plus prise en charge des frais d'accueil et d'acheminement

FORMAT

Liste des sessions :
Allemagne - Panel d'experts
Date de la session
30 novembre 2024
Date limite d'inscription
20 mai 2024

Lieu :

Format de l'opération :

- Table ronde organisée dans une destination en France et programme de découverte du potentiel de la destination à un panel de DG ou de chargés de projets séniors de grandes agences allemandes.
- Obtenir une expertise de la part de 8 spécialistes de ce secteur et en faire indirectement les ambassadeurs de la destination.
- Renforcer notre notoriété. Faire connaître le potentiel d´une destination MICE française

Profil visiteur :

8 clients et un représentant presse professionnelle
Visiteur attendu :
8

Pees - Andrea andrea.pees@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ÉVÉNEMENT MÉDIA PATRIMOINE ET CULTURE EN FRANCE PRESTATION

Marchés d'intervention :	Pays-Bas
Type de rendez-vous :	Rencontres médias
Cibles :	Médias internationaux
Espaces et filières :	Culture & patrimoine

Rencontre avec les médias néerlandais autour du patrimoine et de la culture.

OBJECTIFS

- Présenter votre offre
- Générer des reportages et / ou accueils
- Créer des contacts

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés, porteurs de projets, start-ups
Nombre de partenaires souhaités :

8-12
Visibilité partenaire :
- Espace dédié lors de la rencontre. - Votre destination taguée sur notre page LinkedIn après l'événement.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 19 juillet 2024
Précisions tarifaires :
Coûts approximatif : 1.450 € HT 1.305 € HT (pour toute inscription avant le 14 juin 2024)

FORMAT

Liste des sessions :
Événement média patrimoine et culture en France
Date de la session
26 septembre 2024
Date limite d'inscription
19 juillet 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Rencontre en présentiel sur la journée dans un lieu authentique et convivial. Chaque destination aura sa table dédiée.

Indicateur de performance :

- Nombre de contacts et nouveaux contacts par exposant
- Nombre de rendez-vous sur la journée au total
- Retombées RP pour les partenaires sur 2024/2025
- Nombre de reportages et accueils organisés à la suite de la rencont

Edition précédente :

Attente chiffre 2023.

Profil visiteur :

Journalistes print et online, créateurs de contenus (Instagram, blogs, Youtube)
Visiteur attendu :

25-30 personnes
Reseau social :
Réseau social
https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands

Van Aerts - Sannerien sannerien.van-aerts@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

- **E-newsletter presse / marchés germanophones** :
- **Campagne #ExploreFrance 2024** :
- **E-newsletter dédiée B2B** :
- **Podcast** : Campagnes
- **E-newsletter B2C & communication Facebook / marchés germanophones** : Campagnes
- **Campagne The French Way** : Campagnes
- **Campagne digitale Sport - Jeux olympiques d'été Paris 2024** : Campagnes
- **Coopération avec un équipementier** : Campagnes / Grand public international
- **Soirée MICE-Clusive 2024 en Allemagne** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux

E-NEWSLETTER PRESSE / MARCHÉS GERMANOPHONES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Autriche Allemagne Suisse

Communiqué de presse dédié à votre offre, envoyé sous forme d'E-Newsletter à plus de 3.500 contacts presse sur les trois marchés germanophones (Allemagne, Autriche, Suisse)

OBJECTIFS

- Faire connaitre votre offre / destination ou une thématique particulière à plus de 3.500 journalistes et influenceurs allemands, autrichiens et suisses
- Inspirer les journalistes et influenceurs à venir découvrir votre offre / destination dans le cadre d'accueils presse
- Générer des retombées presse

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
Action individuelle ou groupée sur une thématique

FORMAT

Format de l'opération :

Envoi d'un communiqué de presse présentant votre offre / destination aux bases de contacts presse germanophones des bureaux Atout France Allemagne, Autriche et Suisse. Livraison en amont des contenus : textes, liens et images par vos soins - la programmation, l'envoi et le suivi sont réalisés par Atout France.

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture des E-Newsletters
Retombées presse directes suite à l'envoi
Demandes d'accueils presse suite à l'envoi (retombées presse indirectes)

Media / Support :

tous supports: Représentants des médias - Quotidiens, magazines, radio, TV, freelances, blogueurs influents

Monika Fritsch monika.fritsch@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE #EXPLOREFRANCE 2024 OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Allemagne	Belgique	Canada	Espagne	Etats-Unis	Italie	Pays-Bas	Royaume-Uni

Dans le cadre de la reprise de l'activité touristique en Europe, Atout France et 13 CRT/ADT de France métropolitaine lance une campagne graduelle, agile, pensée pour s'adapter à l'évolution de la conjoncture / du contexte sanitaire en France et sur les marchés internationaux.

OBJECTIFS

- Rassurer les touristes sur les conditions d'accueil (sanitaires et expériences plaisirs)
- Positionner la France autour du Tourisme durable, du plaisir et de la convivialité
- Stimuler les envies de voyage en France et déclencher des réservations de séjours

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, partenaires privés

FORMAT

Format de l'opération :

Volet 1 – Tronc Commun – Objectif : notoriété France

- Valorisation des 13 régions métropolitaines
- Promotion de la marque Explore France

Volet 2 – Objectif : notoriété focus régionaux

- Campagnes segmentées par marque de destination
- Marque Explore France + marques de destination

Volet 3 – Objectif : conversion / déclencher des séjours

- Campagne de conversion en lien avec les acteurs privés, dont transporteurs et distribution
- Marque Explore France + marques de destination + marques des privés

Indicateur de performance :

Reach, impressions, clicks, vues vidéos, vues vidéos 100%, engagement, volument de vente, chiffre d'affaire engendré, etc.

Media / Support :

Digital : réseaux sociaux, programmatique, display, sites affinitaires, etc.

Reseau social :
Réseau social
france.fr

MANDRILLON - Sophie s.m@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

E-NEWSLETTER DÉDIÉE B2B

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Allemagne

Mise en avant de votre offre auprès des professionnels allemands.

OBJECTIFS

- Faire connaitre votre produit/destination
- Inspirer les contacts B2B à programmer votre destination/produit
- Informer les forces de vente sur votre produit/destination

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
Action individuelle ou groupée sur une thématique si newsletter dédiée

FORMAT

Format de l'opération :

E-newsletter dédiée à votre offre, ou insertion d'un article dans la e-newsletter, envoyé à plus de 700 contacts professionnels cible LOISIRS sur le marché allemand (tour-opérateurs, agences de voyages, professionnels du tourisme), avec un taux d'ouverture en moyenne de 32,6%

Un post Linkedin sur la page Linkedin corporate Atout France Deutschland

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture, taux de clics, clics en total - par marché

Media / Support :

E-Newsletters B2B (tour-opérateurs, agences de voyages, contacts MICE)

Haselberger - Jörg joerg.haselberger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

PODCAST OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Allemagne
Type de rendez-vous :	Campagnes

Une invitation au voyage sous format de podcast

OBJECTIF

- Présence de la France dans un medium en essor

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
1

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Reportage voyage sous forme de podcast
- 4 à 5 jours sur place

- Durée: de 20 à 40 minutes

Promotion du podcast au sein de l'écosystème numérique de france.fr.
AdobeStock(c)daviles

Indicateur de performance :

Nombre d´auditeurs

Media / Support :

www.reisepassnummer.de / www.traveloptimizer.de / www.travelisto.net

Christmann - Linda linda.christmann@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

E-NEWSLETTER B2C & COMMUNICATION FACEBOOK / MARCHÉS GERMANOPHONES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Allemagne	Autriche	Suisse
Type de rendez-vous :	Campagnes		

Insertion dans les e-newsletters B2C d'Atout France en Allemagne, Autriche et Suisse (sous forme d'articles hébergés sur france.fr.) et posts Facebook sponsorisés sur les trois marchés

OBJECTIFS

- faire connaitre votre offre / destination à plus de 20 000 contacts allemands, autrichiens et suisses
- communiquer sur une thématique / un événement particulier à une cible fort intéressée par les voyages en France

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
action individuelle

FORMAT

Format de l'opération :

Envoi d'une communication dédiée aux abonnés des e-newsletters Atout France sur les marchés Allemagne, Autriche et Suisse. Le contenu sera livré par vos soins (textes, images, vidéos etc.) en amont et l'article sera co-créé par l'équipe rédactionnelle d'Atout France.

L'équipe rédactionnelle d'Atout France prévoit

4 e-newsletters "Focus" (dédiées à 1 thématique) au cours de l'année 2024

:
culture/city breaks

(février 2024),
slow tourisme/tourisme durable - "focus printemps/été"

(mars 2024),
littoral/balnéaire

(avril 2024),
slow tourisme/tourisme durable - "focus automne"
(exemples: musées, visites des vignobles etc. - septembre 2024).

Des insertions individuelles dans le cadre des e-newsletters multithématiques sont également envisageables, mais veuillez noter que l'espace publicitaire est limité.
Nous recommandons de réserver votre espace environ 2 mois avant la date d'envoi souhaitée afin de garantir la disponibilité.

Une

extension de la communication sur Facebook
est possible pour augmenter la visibilité de votre marque.

L'intégration d'un

jeu concours
est également possible (prévoir la mise à disposition d'un lot à gagner).

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture, taux de clics, nombre de clics total et par marché

Performance du post sur Facebook (en organique), performance du sponsoring (par marché)

Media / Support :

E-Newsletters B2C des bureaux d'Atout France en Allemagne, Autriche et Suisse

Schuster - Petra petra.schuster@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE THE FRENCH WAY OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Allemagne Belgique Espagne Etats-Unis Irlande Italie Luxembourg
Type de rendez-vous : Campagnes

Afin de poursuivre le rayonnement de la France à l'international et maintenir son positionnement en tête des destinations MICE, Atout France poursuit en 2024 la campagne The French Way en Europe et aux Etats-Unis.

OBJECTIFS

- Renouveler l'image de la destination France
- Créer la préférence auprès des professionnels à l'international

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Bureaux des congrès, Offices de tourisme, Comités régionaux du tourisme

FORMAT

Format de l'opération :

La campagne s'appuie sur une collection de contenus immersifs et originaux intégrant une vidéo ainsi qu'une série de visuels inspirants qui incarnent une France moderne et audacieuse dans sa proposition de valeur. La signature *The French Way*, « à la française », donne le ton d'une expérience unique mêlant authenticité et savoir-faire, mais aussi innovation et audace, au service de la réussite des événements. Un message renforcé par le jeu de contraste entre images et mots-clés associés, dans les visuels de cette campagne.

Profil visiteur :

Organisateurs d'évènements, agences, entreprises grand compte ou encore associations internationales

Visiteur attendu :

Selon le budget investi
Media / Support :

Canaux digitaux (Linkedin, Youtube, sites ciblés)

MERIGNAC - Alexandra alexandra.merignac@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE DIGITALE SPORT - JEUX OLYMPIQUES D'ÉTÉ PARIS 2024

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Allemagne	Autriche	Suisse
Type de rendez-vous :	Campagnes		
Espaces et filières :	Grands évènements		

Campagne digitale dirigée à des villes hôtes des JOP pour faire la promotion de leurs activités touristiques sportives tout au long de l'année.

OBJECTIF

- Accroitre la notoriété des activités sportives des destinations hôtes des JO

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Villes hôtes JOP

Nombre de partenaires souhaités :
6 VILLES

FORMAT

Format de l'opération :

Campagne digitale permettant de mettre en avant les activités touristiques sportives des villes hôtes des JO (6 villes)

Indicateur de performance :

Impressions, visites, Links Clicks, vidéo vue (sur la base de rushs des villes).

Media / Support :

- Création d'un microsite dédié aux villes partenaires sur france.fr
- 1 newsletter dédié par ville (fichier contacts Atout france)
- 1 post/1 tweet sur les profils Réseaux sociaux Atout France
- 1 petite campagne FB/IG par ville

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

COOPÉRATION AVEC UN ÉQUIPEMENTIER OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Allemagne
Type de rendez-vous :	Campagnes
Cibles :	Grand public international
Espaces et filières :	Vélotourisme

S'associer avec une marque implantée sur le marché en profitant de sa force et de ses valeurs pour faire découvrir la diversité et l'attractivité de votre territoire.

OBJECTIF

- Assurer de la visibilité et gagner en notoriété

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Régions, collectifs, véloroute

Nombre de partenaires souhaités :
1

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Nous vous proposons de vous associer à une marque de vélo, de randonnée ou de plongée sur les valeurs "Respect the planet".

Comment ?

- Décoration de 750 points de ventes en Allemagne
- Présence en ligne et sur leurs réseaux sociaux.

Durée ?

- 2 mois de campagne
©bikegravel

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

SOIRÉE MICE-CLUSIVE 2024 EN ALLEMAGNE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Allemagne
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B
Cibles :	Organisateurs d'événements MICE internationaux

La soirée MICE-Clusive sera l´occasion pour les partenaires de rencontrer des acteurs phares du tourisme d'affaires germanophones. Une séance de networking interactive lors d'une animation exclusive ainsi qu´une soirée privée avec un diner sont au programme pour permette à chacun de réseauter dans un cadre intimiste et privilégié.

OBJECTIFS

- Générer de nouveaux contacts avec les professionnels allemands et intensifier les relations existantes.
- Donner la possibilité aux partenaires de renouer avec les professionnels allemands via des rendez-vous et des séances de networking.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

hôtels, résidences, sites touristiques, agences de voyages du réceptif, promoteurs de grands événements, musées, châteaux, parcs de loisirs…

Nombre de partenaires souhaités :
4 à 5

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Combinaison de moments de rencontres professionnelles et d'activités de networking interactives.
--> Présentation des partenaires aux invités allemands

Profil visiteur :

MICE : contacts bien sélectionnés

Visiteur attendu :

7 à 10
Media / Support :

NL, Posts

Pees - Andrea andrea.pees@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr