RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Japon

Un des marchés les plus fidèles à la France, une clientèle qui correspond bien aux besoins de la destination et sait apprécier ce qu'elle offre de meilleur
Dans le contexte de reprise (en mai 2023 le Japon a définitivement supprimé toute restriction de voyage liée au Covid), la clientèle japonaise est très adaptée aux besoins des destinations françaises : séjours FIT ou en petits groupes faciles à gérer, budgets très importants, respect des règles et des pratiques locales, grande attention à la propreté et à l'hygiène, discrétion et élégance, curiosité respectueuse pour les produits et les coutumes, capacité à voyager toute l'année (selon les segments).

Le Japon est certainement le marché le plus sensible aux questions d'insécurité, mais après chaque recul il a toujours su démontrer sa capacité de rebond et sa fidélité à la France. L'industrie montre des signes très positifs : sortie de produits, remontée de l'offre de vols directs à près d'une trentaine par semaine… Les fondamentaux de l'attractivité française au Japon étant inchangés, de même que la volonté de l'industrie japonaise de vendre la France, la reprise est certaine et doit être accompagnée avec une approche marketing ciblée.

Chiffres clés

20,1 millions de départs à l'étranger en 2019	**600 000** séjours en France en 2019

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- 3e économie mondiale : 5% du PIB mondial
- Population : 125 millions d'habitants (dont 3 M d'étrangers résidents à fin 2022).
- Forte baisse de la natalité, mais en volume les 20-29 ans représentent tout de même 12 millions de personnes
- Taux de croissance en 2022 : +1,1%
- Prévision de croissance 2023 : +1,8%
- PIB par habitant : 32 007 EUR (2022)
- Taux de chômage : 2,6% (2023)
- Inflation sur 1 an, à février 2023 : +3,3%
- Taux de change au 24 juin 2023 : 1 € = 156 JPY (proche de l'année 2008)

Positionnement de la destination France

La France est la 1re destination des Japonais en Europe, devant l'Italie et l'Espagne.

En décalage par rapport à la reprise mondiale post-pandémie, les Japonais ont repris crescendo les déplacements à l'étranger à partir du dernier trimestre 2022. A fin septembre 2023, 6,7 millions ont voyagé hors du pays, soit environ 45% de 2019 sur la même période. A noter que le flux d'étrangers entrants au Japon a repris vigoureusement à plus de 70% de 2019, toujours sur la même période.

Avec **20,1 millions de départs à l'étranger en 2019 (+5,9%)**, le marché japonais avait atteint un volume record.

Les arrivées en France avaient progressé pour la 3e année consécutive (+7%), pour atteindre environ 6**00 000 séjours d'une durée moyenne de 6 à 7 nuitées**, avec une répartition diversifiée sur tout le territoire et un développement des produits mono-destinations. La diversification concernait aussi les modes de voyage, avec un développement progressif de la clientèle individuelle.

La durée moyenne de séjour en France est d'environ 7 jours.

Connectivité aérienne : Japan Air Lines (JAL 7/sem), All Nippon Airways (ANA 3/sem), Air France-KLM (AF 18/sem) depuis les aéroports de Narita, Haneda et Osaka.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Profil des voyageurs
La période de reprise du marché dans un contexte de hausse des prix du voyage, d'inflation et de taux de change très bas, est plus favorable aux repeaters (50% avant la pandémie), et plus aux FIT qu'aux groupes.
Les bassins émetteurs sont : Tokyo très majoritairement, puis Osaka.
On retrouve à peu près tous les profils (amis/dinks/solo) à l'exception des familles avec enfants mineurs.
La part entre voyage loisir et voyage d'affaires est estimée respectivement à 80% et 20%.

La reprise bénéficie en priorité aux seniors (30% de la population, économies importantes et retraites stables qui les mettent à l'abris de la crise) et la clientèle féminine ; secondairement à la clientèle masculine d'âge mûr pour les activités golf, self-drive, cyclisme ; puis aux voyages de noce, aux entreprises ayant des liens avec la France (tourisme d'affaires).

Plus tard dans le temps de la reprise : les jeunes, car la proportion de seniors est importante mais il y a tout de même au Japon 12 millions de 20-29 ans, et beaucoup d'étudiants voyagent en Europe…

Principales raisons de choisir la France et activités favorites :
Le Japon et la France s'apprécient de longue date, et l'image culturelle de la France reste très forte au Japon, doublée par une image liée aux créations et produits de luxe (par extension à la haute qualité, au sens artistique).

Fondamentalement, l'offre française intègre tout ce que recherchent les voyageurs japonais :

- patrimoine historique et naturel, notamment les sites UNESCO et les beaux villages ;
- expositions, arts (peinture), vie culturelle ;
- gastronomie et œnotourisme ;
- mode et offre shopping pointue (produits introuvables au Japon) ;
- voyages de noce.

On y trouve aussi les niches à forte contribution :

- la Coupe du Monde de Rugby 2023, les JO 2024,
- le ski (souvent une activité senior),
- le golf (2e population golfique mondiale),
- le cyclotourisme,
- la randonnée douce,
- les croisières fluviales,
- la course (marathons et trails),
- le tourisme haute contribution,
- les jardins.

Place du tourisme d'affaires (Congrès, foires/salons ou conventions/séminaires) : MICE difficile à suivre et évaluer précisément mais piloter par quelques grandes agences.

Destinations favorites en France :

Si le Paris et l'Ile-de-France demeurent un incontournable notamment pour les primo-visiteurs, le degré de maturité de la clientèle ouvre de très larges possibilités de développement dans les régions, et notamment : Normandie, Centre-Val-de-Loire, Grand Est, PACA, Occitanie, Bourgogne, AURA, Nouvelle Aquitaine.

Sensibilité au tourisme durable : le niveau de sensibilisation à l'environnement et au tourisme durable a augmenté, mais le sujet n'est pas une priorité pendant le voyage. Par ailleurs, la France n'est pas forcément vue comme une destination durable, contrairement aux allemands et pays nordiques. Cependant, elle reste souvent associée au BIO et aux produits naturels de qualité.

Mode de réservation :

Globalement, les Japonais recherchent leurs lieux de vacances via : internet, réseaux sociaux, offices du tourisme, recommandations de proches, publicités, magazines etc.

Ils réservent en ligne, ou plus fréquemment par agences de voyages (les « débutants » notamment).

Leur budget n'est pas strict, ils sont capables de mettre de l'argent en plus pour l'hébergement et la nourriture notamment, même s'ils calculent davantage leur budget à cause de la baisse de leur pouvoir d'achat.

Ils se renseignent sur la situation sanitaire du pays, et portent une attention à l'hygiène du lieu dans lequel ils se trouvent.

Dans un contexte de reprise, il faut s'attendre à trois tendances parallèles :

- Réduction de la taille moyenne des groupes
- Progression de la proportion de repeaters car les voyageurs les plus expérimentés et habitués à la destination sont les premiers à voyager à nouveau
- Augmentation du coût des voyages et donc montée en gamme
  Dans tous les cas, la tendance des Japonais à faire appel à des agences de voyage se maintient car les professionnels sont perçus comme un facteur de sécurité supplémentaire.

Saisonnalité
La clientèle japonaise se rencontre tout au long voyage toute l'année : 30% printemps, 20% été, 30% Automne, 20% hiver
Avec des lancements de produits très en amont, 6 mois avant la saison

Recommandations pour aborder ce marché

- Un travail média (tous types + influenceurs) est nécessaire pour démontrer aux professionnels la volonté de la destination d'accueillir les voyageurs japonais et stimuler la demande. Cette démarche doit intégrer la production de témoignages rassurants par des personnes japonaises. Les délais de mise en marché étant longs, une approche du marché doit être pensée sur aux moins deux années consécutives.

- Continuer à travailler en B2B en suivant les transformations de la distribution post-covid
- Mettre en avant des offres adaptées à des personnes étant déjà venues en France
- Diversifier la base de clientèle historique (femmes et seniors) en allant chercher les jeunes et les clientèles de niche
- Maintenir un marketing mix diversifié (influenceurs et SNS pour les plus jeunes, presse traditionnelle et TV pour les seniors)
- Communiquer en parallèle sur
  - le rêve, l'attractivité de la France,
  - le besoin de partir vite pour rattraper le temps perdu et profiter des actualités du moment (grands événements sportifs et culturels),
  - la proximité entre la France et le Japon.
- Générer des témoignages de Japonais, célébrités, professionnels, grand public, sur la situation en France pour rassurer le public

Les actions phares de 2021

Le marché Japon en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

JAPON

Taux de change

1 EUR = 154 JPY (07/2023)

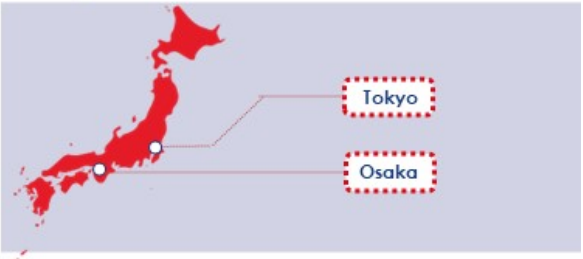
Quelques données économiques 2022

- 125 MILLIONS d'habitants
- 32 007€ PIB / habitant
- +1,1% croissance PIB

Données touristiques

- **20,1** MILLIONS de voyages à l'étranger en 2019
- **30%** De reprise de l'outbond à avril 2023 (versus 2019)
- **0,6** MILLION d'arrivées de Japonais en France en 2019
- **1,2** MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme japonais (2019)
- **7** JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



- 30% PRINTEMPS
- 30% AUTOMNE
- 20% ÉTÉ
- 20% HIVER

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Profil voyageurs

- La France, 1re destination en Europe,
- Les voyageurs FIT progressent et deviennent aussi importants que les groupes ; l'utilisation d'agences de voyages reste très fréquente,
- Les principaux segments sont les séniors et la clientèle féminine,
- Ils apprécient les prestations de haut niveau et les séjours thématiques.

Principales destinations visitées en France

TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Tourisme urbain
2. Culture événements
3. Gastronomie

Contact marché Japon | frederic.mazenq@atout-france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **Sakidori 2024** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE français, Médias internationaux

SAKIDORI 2024 PRESTATION

Marchés d'intervention :	Japon	
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B	Rencontres médias
Cibles :	Organisateurs d'événements MICE français	Médias internationaux

Cet événement annuel de rencontres professionnelles est un moment incontournable pour les agents, tour opérateurs et les médias. Cette semaine de workshops, séminaires, démarchages constitue un outil privilégié pour entretenir et développer votre réseau d'affaires au Japon.

OBJECTIFS

- Promouvoir la diversité de l'offre française, en favoriser la programmation et le développement des ventes
- Informer sur les nouveautés et les actions des partenaires
- Permettre de créer de nouveaux contacts professionnels et medias

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations
Nombre de partenaires souhaités :

De 15 à 30
Visibilité partenaire :
Table sur l'événement avec planning de rendez-vous préprogrammés B2B et Media, Rencontres complémentaires B2B ou médias en fonction des options choisies

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 30 mars 2024
Précisions tarifaires :
Coûts approximatif : 450 000 JPY HT hors options Les services annexes (traduction de documents, interprète…) font l'objet d'une facturation additionnelle. Le forfait de base comprend : stand exposant, transferts aéroports sur la base des horaires proposés, repas prévus au programme. Feront l'objet d'une facturation additionnelle : interprète, carte de visite, traduction de documents, hébergements... Les transports aériens internationaux, repas et transports non inclus sont à la charge des participants.

FORMAT

Liste des sessions :
SAKIDORI 2024
Date de début
27 mai 2024
Date de fin
31 mai 2024
Date limite d'inscription
30 mars 2024

Format de l'opération :

- Présentation de marché et ateliers avec des intervenants pour les exposants
- Rencontres professionnelles (rendez-vous préprogrammés + créneaux horaires de rencontres libre)
- Rencontres presse (option)
- Soirée VIP avec les patrons de l'industrie du tourisme, les journalistes les plus importants et des influenceurs
- Séminaires thématiques pour les professionnels
- Optionnel : rencontres professionnelles à Osaka, séminaires, démarchages...

Indicateur de performance :

Nombre de TO et de médias participants, nombre de rdv

Edition précédente :

Sakidori 2023 (workshops) :
Nombre de partenaires : 31 (23 en 2022)
Nombre de visiteurs : 156 pros, 57 côté Media
Nombre total de rendez-vous générés : 682

Visiteur attendu :
180 TO/AGV et 90 médias

KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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

Les opérations à la carte

- **E-learning France Connaisseur** : Formations / Professionnels internationaux
- **Pack Media** : Rencontres médias / Professionnels français
- **Haute contribution : Eductour dédié** :
- **Eductour MICE** :
- **Campagne en ligne** : Campagnes
- **Séminaire B2B** : Formations / Professionnels français, Professionnels internationaux
- **Œnotourisme : séminaire Tastin france** :
- **Accueils de presse thématique** :
- **E-newsletter Presse** :
- **Accueil Shopping** : Rencontres médias
- **Oenotourisme : Campagne en ligne** : Campagnes
- **DÉMARCHAGE MEDIA EN LIGNE** : Rencontres médias
- **Conférence de Presse** : Formations
- **Tourisme durable : Campagne en ligne** : Campagnes
- **E-newsletter PRO** :
- **Tourisme durable : éductour dédié** :

- **Japon - Séjour e-drive : Accueil influenceur Voyages** : Campagnes
- **Accueils d'influenceurs japonais** : Rencontres médias / Grand public international
- **Japon - Accueil de l'Ambassadeur de l'amitié** : Rencontres médias / Grand public international
- **Accueil de médias japonais - Tourisme durable** : Rencontres médias
- **Japon - Campagne online en animation** : Campagnes / Grand public international
- **Accueil de médias japonais autour des Voyages de noces** : Rencontres médias
- **Voyages de noces : campagne Grand Public** : Campagnes / Grand public international
- **Création de produits d'agences de voyage** : Campagnes
- **Japon - Accueil influenceur Cyclotourisme** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Accueil influenceur Jazz** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Démarchage commercial en ligne** : Rencontres B2B
- **Haute contribution : Evènement pour la clientèle féminine japonaise** : / Grand public international

E-LEARNING FRANCE CONNAISSEUR OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Afrique du Sud	Arabie Saoudite	Barheïn Brésil Canada Egypte	Emirats Arabes Unis
Type de rendez-vous :	Formations			
Cibles :	Professionnels internationaux			

Depuis 2023, France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises.
L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

OBJECTIFS

- Promouvoir votre offre auprès des agents de voyages internationaux
- Motiver et soutenir les agents de voyages pour mieux vendre la France.
- Créer une base de contacts et un réseau d’agents spécialistes de la France.

FORMAT

Format de l'opération :

Formation à distance.
Accès 24h/24 et 7j/7.

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

PACK MEDIA OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Rencontres médias
Cibles :	Professionnels français

Ensemble d’actions de communication B2C : création d’un article sur France.fr, publications de posts SNS et insertion dans l’E-newsletter mensuelle. Un mois après la période de communication, le

partenaire recevra un rapport détaillé.

OBJECTIFS

- Communiquer auprès d'un public ciblé amateur de la destination France
- Générer des envies de voyages
- Créer du contenu permanent sur France.fr et les plateformes SNS d'Atout France Japon

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Action ouverte à tout partenaire

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Trois plan de base disponibles, en fonction des objectifs recherchés :

- **Plan standard**
  : création d'un article + 1 post Twitter et Facebook + 1 encadré dans l'E-newsletter (75 000 JPY HT)
- **Plan standard + SNS**
  : création d'un article + 3 post Twitter et Facebook + 1 encadré dans l'E-newsletter (100 000 JPY HT)
- **Plans standard + Newsletter dédiée**
  : création d'un article + 2 post Twitter et Facebook + envoie de l'E-newsletter dédiée (120 000 JPY HT)
- Le contenu peut être personnalisé pour répondre à vos besoins.
- Une synthèse est réalisée à la suite de la création d'article et de posts

Indicateur de performance :

Nombre de Pages Vues / Nombre d'Impressions, de réactions, de partages et de clics sur le lien des posts SNS / Taux d'ouverture de l'E-newsletter

Profil visiteur :

Communauté francophile, souvent repeaters pour les voyages

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (août 2023)
Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois
Twitter : 77 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés
Line : en cours de mise en place

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

HAUTE CONTRIBUTION : EDUCTOUR DÉDIÉ OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon

Avec près de 8% de la population faisant partie de la catégorie aisée, le Japon est un pays à un fort potentiel dans le secteur du voyage de luxe. Cet éductour sera réservé aux agences de voyage qui envisagent de créer de nouveaux produits luxe.

OBJECTIFS

- Promouvoir les prestations de tourisme de luxe
- Approfondir les connaissances des TO sur la destination et ses offres dédiées au luxe

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toute offre luxe

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
• Eductour d'environ 3 nuits
• 4 à 6 TOs japonais sélectionnés
• Après l'éductour, Atout France suivra les sorties des nouveaux produits de chaque TO

Indicateur de performance :

Nouvelles programmations à l'issue de l'éductour

Profil visiteur :

TO / agences de voyages travaillant la clientèle luxe

Visiteur attendu :
2 à 4 TO

KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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

EDUCTOUR MICE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon

Avec les grands évènements sportifs de 2024, un coup de projecteur sera mis sur l'offre MICE de la France. Afin de faire redécouvrir cette offre de qualité aux TO japonais, un éductour réservé aux agences de voyage qui travaillent le segment MICE pourra être organisé.

OBJECTIFS

- Promouvoir les prestations MICE
- Approfondir les connaissances des TO sur la destination et ses offres spécifiques

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toute offre MICE

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
• Eductour d'environ 3 nuitées
• 4 à 6 TOs japonais
• Après l'éductour, Atout France suivra les sorties des nouveaux produits de chaque TO

Visiteur attendu :
4 à 6 professionnels japonais

KAMETANI-DANDAULT - Akiko akiko.kametani@atout-france.fr

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

CAMPAGNE EN LIGNE OPÉRATION À LA CARTE

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

Augmentez votre notoriété auprès du public japonais !
Une campagne en ligne est composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une E-newsletter dédiée et d'un plan d'achat d'espaces. Un jeu concours peut venir compléter l'opération pour augmenter le nombre de visites et les partages.

OBJECTIFS

- Communiquer activement sur une thématique
- Communiquer auprès d'une clientèle ciblée amatrice de la destination France, active sur nos réseaux sociaux et site internet,
- Communiquer auprès d'une clientèle ciblée, amateurs variés de la thématique mise en avant dans la campagne

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Action accessible à tous

FORMAT

Format de l'opération :

- **Trois types de campagnes différentes** (plans standard, argent, or), selon les besoins du partenaires.
- En fin de campagne, une synthèse est préparée et envoyée au partenaire.
- Exemple de page de campagne.

Indicateur de performance :

Nombre de Pages Vues / Nombre d'Impressions, de réactions, de partages et de clics sur le lien des posts SNS / Taux d'ouverture de l'E-newsletter / Nombre d'Impressions, de clics et le Coût par clic du plan d'achat d'espaces.

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (aout 2023)
Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois
X (Twitter) : 77 000 abonnés
Facebook : 49 000 abonnés
Line : en cours de mise en place

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

SÉMINAIRE B2B OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon	
Type de rendez-vous :	Formations	
Cibles :	Professionnels français	Professionnels internationaux

Le séminaire en ligne (webinaire) est un outil de formation efficace vous permettant de toucher un public de professionnels sur l’ensemble du Japon pour leur faire découvrir votre destination ou votre

établissement.

OBJECTIFS

- Promouvoir la diversité de l’offre française et informer des nouveautés
- Favoriser la programmation et les ventes vers la destination / l’établissement
- Toucher des participants ciblés intéressés par votre destination / établissement

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Présentation avec le partenaire ou directement par Atout France après un travail de préparation (éléments fournis par le partenaire).
- Nombre minimum de participants par séminaire : 50 professionnels

- 2 mois avant : choix de la date et des cibles, professionnels, types d'agences ou de supports...
- 1 mois avant : envoi des présentations par les partenaires au format Powerpoint pour traduction en japonais
- 3 semaines avant : envoie de l'invitation aux professionnels ciblés
- 2 semaines avant : envoi du lien vers le webinaire aux contacts inscrits

- Jour J :
    - Atout France au Japon réalise la présentation (avec ou sans prise de parole du partenaire, selon ses préférences)
    - Les participants peuvent poser des questions pendant le webinaire (Chat en ligne)

- après le webinaire :
    - débriefing avec le partenaire
    - les professionnels reçoivent les présentations des partenaires
    - le partenaire reçoit les contacts des participants au webinaire

Indicateur de performance :

Nombre de contacts (minimum 50 professionnels)

Profil visiteur :

Sélectionnés en fonction du profil du partenaire

Visiteur attendu :

Variable selon durée et produits
Media / Support :

Présentation powerpoint (prévoir une traduction non comprise dans le prix de base)

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

ŒNOTOURISME : SÉMINAIRE TASTIN FRANCE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Espaces et filières :	Œnotourisme

Tastin France est un moment de rencontres professionnelles autours du vin, organisé par Business France. Nous proposons de réaliser une session dédiée pour la presse et/ou les professionnels du tourisme spécialisés oenotourisme.

OBJECTIFS

- Promouvoir les territoires sous le thème de l'oenotourisme
- Valoriser l'expertise française en viticulture

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toutes les destinations ayant une offre oenotouristique présente sur Tastin France

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Présentation du partenaire en format séminaire par Atout France avec dégustation de vins

- 2 mois avant: liste des inscrits à Tastin France afin de déterminer quelles régions sont représentées, et quels producteurs proposent aussi une expérience œnotourisme
- 1 mois avant: envoi des présentations des partenaires au format Powerpoint pour traduction en japonais
- 3 semaines avant: envoi de l'invitation aux professionnels ciblés.

Jour J : Atout France au Japon organise le séminaire et la dégustation commentée, sur la base des vins sélectionnés sur Tastin France

Après l'événement :

- Les professionnels reçoivent les présentations du ou des partenaire(s)
- Le partenaire reçoit les contacts des participants

Indicateur de performance :

Nombre de participants

Profil visiteur :

Agence de voyages qui travaillent l'oenotourisme, spécialistes de la France

Visiteur attendu :
10 à 15 professionnels très ciblés

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

ACCUEILS DE PRESSE THÉMATIQUE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon

Le Japon fait partie des pays où l’information en ligne ne s’est pas substituée à la presse traditionnelle et où les deux coexistent efficacement : Atout France vous accompagne pour un accueil efficace !

OBJECTIF

- Générer des retombées de presse

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous profils

Nombre de partenaires souhaités :
1-2 destinations par accueil, partenariat transferts, hébergements...

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Le format standard d’un accueil est le suivant :

- Durée d’une semaine maximum
- 2 journalistes du même support (texte + photo)
- Accompagnement/interprétariat par un agent d’Atout France pour un accueil en groupe.
- Un ou deux supports par accueil
- Production au retour d‘un article de 4 pages minimum

Thèmes envisagés pour 2022 : la gastronomie, le savoir-faire, la nature, le tourisme responsable, la randonnée douce ….

- Il arrive que plusieurs supports acceptent de participer à un même accueil. Certaines thématiques peuvent nécessiter des groupes plus importants.
- La prise en charge de tous les frais en France ainsi que les transports jusqu’à la destination (les vols internationaux/nationaux et les trains) revient à la destination hôte. La prise en charge des vols peut être obtenue dans le cadre d’une négociation avec AF (seulement si le magazine intègre une publicité de AF et si le thème correspond à son positionnement et si des places sont disponibles.)
- Possibilité d’accueillir des correspondants de la presse japonaise en France généralement basés à Paris mais possibilités plus limitées. Les périodes à privilégier sont l’avant et l’arrière-saison. La publication peut avoir lieu 1 ou 2 mois après l’accueil selon le planning des magazines.

Profil visiteur :

Journalistes japonais, autres profils pour certaines thématiques

Media / Support :

Presse quotidienne ou magazines, presse grand public loisirs (lifestyle, voyage, thématiques diverses)

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

E-NEWSLETTER PRESSE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Indonésie Japon Malaisie Philippines Singapour Vietnam

L'e-newsletter presse est envoyée aux 70 journalistes en Asie du Sud-Est.
Les thèmes sont très variés: culture, évènements, shopping, règles pour voyager en France pendant le Covid...

OBJECTIFS

- Faire découvrir des destinations et des nouveaux produits aux médias
- Inciter à des accueils de presse en France

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 3 et 6

FORMAT

Format de l'opération :

E-newsletter

Indicateur de performance :

Taux d'ouverture

Watanabe - Michiko michiko.watanabe@atout-france.fr

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

ACCUEIL SHOPPING OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon	
Type de rendez-vous :	Rencontres médias	
Espaces et filières :	Ville	Shopping

Mise en avant des destinations shopping (boutiques, ambiance…) avec leurs services de stylistes / personal shopper pour valoriser une expérience sur mesure dans l'établissement partenaire.

OBJECTIFS

- Promouvoir la destination shopping et valoriser la qualité des services proposés
- Mettre en avant les différences des grandes destinations shopping françaises
- Toucher une cible sensible à la mode et au shopping

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaire ayant une offre shopping

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 à 3

FORMAT

Format de l'opération :

- Le styliste/personal shopper accompagne l'influenceuse dans son shopping et l'informe des dernières tendances françaises pour cette thématique, ou lui donne des conseils pour trouver des vêtements adaptés.
- Une page de campagne, des posts réseaux sociaux, une newsletter et une campagne d'achat d'espaces complèteront l'opération. L'action peut être déclinée en une série d'épisodes présentant à chaque fois une nouvelle destination shopping.

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires, nombre de vues de la vidéo…

Profil visiteur :

Public aimant la mode et le shopping, clientèle féminine à hauts revenus

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (aout 2023) Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois X (Twitter) : 77 000 abonnés Facebook : 49 000 abonnés Line : en cours de mise en place

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

OENOTOURISME : CAMPAGNE EN LIGNE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon		
Type de rendez-vous :	Campagnes		
Espaces et filières :	Campagne	Gastronomie	Œnotourisme

A l’occasion de la sortie de la série franco-japonaise « Les Gouttes de Dieu », adaptation d’un célèbre manga sur le vin, une campagne en ligne mettant en avant l’œnotourisme pourra être lancée pour

stimuler la découverte de l'œnotourisme.

OBJECTIFS

- Montrer la spécificité et la richesse patrimoniale des vins dans le contexte de chaque région
- Proposer des idées sur l'œnotourisme afin d'aller au-delà de la simple consommation de vin

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations oenotouristiques

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- **Campagne online**

  composée d'
  une page de campagne

  , de
  posts SNS

  , de
  E-newsletter

  et d'un
  plan d'achat d'espaces
  .

- **Diffusion de la vidéo**

  simultanément en direct sur les comptes
  YouTube

  et
  Facebook
  d'Atout France

- Animation de la campagne par un
  jeu-concours

Indicateur de performance :

Nombre de vues, Nombre d'impression, like, commentaires, partages des posts SNS / Taux d'ouverture de l'E-newsletter / Impression, Coût par clic du plan achat d'espace.

Profil visiteur :

Grand public intéressé par le vin, les voyages, clientèle à hauts revenus

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (aout 2023) Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois X (Twitter) : 77 000 abonnés Facebook : 49 000 abonnés Line : en cours de mise en place + Achat d'espaces

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

DÉMARCHAGE MEDIA EN LIGNE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Rencontres médias

Atout France peut organiser pour vous un démarchage à distance auprès des rédactions des médias japonais. Sans remplacer complètement une rencontre physique, cette action vous permet de connaître les centres d'intérêts des journalistes et proposer des idées de reportages.

OBJECTIFS

- Développer et maintenir le contact avec des journalistes au Japon
- Informer des nouveautés et créer de nouvelles tendances de voyage
- Proposer des idées de reportage aux journalistes qui apprécient des informations bien ciblées et confidentielles/exclusives.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations.

FORMAT

Format de l'opération :

Atout France au Japon vous accompagne avant, pendant et après le rendez-vous pris avec les journalistes.

- 2-3 semaines avant le jour J : préparation du programme : choix des agences, prise de rdv, définition des outils et angles de communication, tests de connexion.
- 2-3 jours avant le jour J : briefing pour la présentation des offres, envoi des fiches de notoriété presse par Atout France.

Le jour J :

- mise en place technique, tests de connexion
- traduction de la présentation et des échange
- Envoi d'un mail récapitulatif sur les rendez-vous réalisés

Horaires des 2 rendez-vous sur 1 jour :

- 16h-17h (9h-10h en France en Heure d'été / 8h-9h en heure d'hiver)
- 17h15-18h15 (10h15-11h15 en France en Heure d'été / 9h15-10h15 en heure d'hiver)

Profil visiteur :

Sélection en fonction du profil du partenaire (magazine, agence de presse, producteurs de télévision, guides touristiques)

Visiteur attendu :
2 rdv par jours

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

CONFÉRENCE DE PRESSE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Formations

L'organisation d'un webinaire presse est une forme de communication efficace vous permettant d'informer la presse japonaise des caractéristiques de vos destinations avec des angles d'attaques différents et adaptés pour répondre aux intérêts des journalistes.

OBJECTIFS

- Favoriser la création de futures retombées de presse sur les destinations
- Proposer aux journalistes des angles d'approche de reportages avec des outils de communication (dossiers de presse, médiathèque)
- Toucher les journalistes ciblés (Atout France peut développer de nouveaux contacts selon les thèmes de communication)

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tout partenaire

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 2

FORMAT

Format de l'opération :

- 2 mois avant : choix de la date et des cibles, début de la préparation d'un dossier de presse (nouvelle création ou traduction de dossiers existants) et de vidéos à diffuser.
- 1 mois avant : début de la traduction de la présentations (format PPT).
- 3 semaines avant : envoi de l'invitation aux journalistes ciblés.
- 1 semaine avant : informer les partenaires des profils des médias inscrits, relances.
- Jour J-1 ou -2 : répétition, briefing sur les profils médias, Q&A.
- Jour J : Conférence de presse et débriefing.
- Suivi : Mise en ligne des éléments ci-dessus sur l'espace Média d'Atout France au Japon.

Indicateur de performance :

Nombre de participants, retombées de presse

Profil visiteur :

Journalistes, influenceurs.

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

TOURISME DURABLE : CAMPAGNE EN LIGNE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon	
Type de rendez-vous :	Campagnes	
Espaces et filières :	Slow tourisme	Tourisme durable

La prise de conscience progressive des Japonais de l'importance de l'écologie et du tourisme durable doit s'accompagner d'une communication concrète et inspirante. Une campagne en ligne permettra de présenter des sites touristiques, des activités, des hébergements et des boutiques qui proposent une expérience durable.

OBJECTIFS

- Informer sur les possibilités de voyage durable
- Toucher un public différent, intéressé par l'environnement

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaire ayant une offre durable

Nombre de partenaires souhaités :
De 1 à 3

FORMAT

Format de l'opération :

- Campagne online composée d'une page de campagne, de posts SNS, de newsletter et d'un plan d'achat d'espaces.
- Agriculture, production vinicole, marchés, restauration, activités culturelles, transports... les thématiques permettant de présenter la France à l'heure du durable sont nombreuses !

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires, nombre de vues des vidéos…

Profil visiteur :

Hommes, Femmes, jeunes (millenials), public conscient de la problématique du durable

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (aout 2023) Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois X (Twitter) : 77 000 abonnés Facebook : 49 000 abonnés Line : en cours de mise en place

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

E-NEWSLETTER PRO OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Indonésie Japon Malaisie Philippines Singapour Thaïlande Vietnam

L'e-newsletter PRO est destinée à 600 professionnels du tourisme en Asie du Sud-Est.

OBJECTIFS

- Faire découvrir des destinations et des nouveaux produits
- Inciter à la programmation et à la vente

FORMAT

Format de l'opération :

E-newsletter

Indicateur de performance :

Le taux d'ouverture

Watanabe - Michiko michiko.watanabe@atout-france.fr

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

TOURISME DURABLE : ÉDUCTOUR DÉDIÉ OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Espaces et filières :	Tourisme durable

Le durable (« SDG's » - Sustainable Development Goals) est devenu un thème récurrent dans le quotidien des Japonais qui en découvrent les contours. Les professionnels du voyage intègre aussi de plus en plus cette notion dans leurs produits.

OBJECTIFS

- Promouvoir les prestations de tourisme durable
- Approfondir les connaissances des TO sous l'angle du durable

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toute offre tourisme durable

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
• Eductour d'environ 5 à 6 nuitées

• 4 à 6 TO japonais sélectionnés
• Après l'éductour, Atout France suivra les sorties des nouveaux produits de chaque TO

Indicateur de performance :

Nouvelles programmations à l'issue de l'éductour

Profil visiteur :

TO / agences de voyages développant des produits de tourisme durable

Visiteur attendu :

4 à 6 TO
Media / Support :

Catalogues et offres produits des agences

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

JAPON - SÉJOUR E-DRIVE : ACCUEIL INFLUENCEUR VOYAGES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon	
Type de rendez-vous :	Campagnes	
Espaces et filières :	Gastronomie	Slow tourisme

Dans le contexte de relance du marché, les séjours individuel (FIT) augmentent et avec eux la possibilité de découvrir le voyage en voiture électrique, pour prendre le temps tout en respectant l'environnement.

OBJECTIFS

- Rassurer la clientèle japonaise sur les possibilités de conduire en France
- Créer de l'envie de voyager en voiture en présentant des itinéraires-types faciles d'accès

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toutes destinations ayant des itinéraires scéniques mais faciles à conduire

Nombre de partenaires souhaités :
2 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Action en deux temps :
1. Accueil de l'influenceur et 1 accompagnant Atout France

2. Une campagne online composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une newsletter et d'un plan d'achat d'espaces complètera l'opération.

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires

Profil visiteur :

Influenceurs Voyages

Media / Support :

Communauté de l'influenceur et d'Atout France au Japon (août 2023) Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois X (Twitter) : 77 000 abonnés Facebook : 49 000 abonnés Line : en cours de mise en place

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

ACCUEILS D'INFLUENCEURS JAPONAIS OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Rencontres médias
Cibles :	Grand public international

Dans un pays où la population est très sensible à l’influence des médias et des célébrités locales, le nombre et le poids des influenceurs ("généralistes" ou très spécialisés) a fortement augmenté ces dernières années avec une diversification des profils et une professionnalisions de ces nouveaux médias

dotés de communautés plus réduites mais très fidèles et actives.

OBJECTIFS

- Promotion des destinations et produits auprès des internautes japonais
- Création de contenus en japonais sur les réseaux sociaux

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous profils, toutes thématiques

Nombre de partenaires souhaités :
Un territoire et plusieurs partenaires locaux pour chaque accueil

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Atout France propose une sélection évolutive d'influenceurs en fonction des sujets à couvrir mais peut également rechercher des profils spécifiques en fonction des besoins des partenaires.
Quelques exemples :
Ayumi, influenceuse Instagram, 25 000 followers, photographie de voyage, tourisme féminin, outdoors
https://www.instagram.com/oooooooayumiooooooo/
Pepe39, influenceur Instagram, 86 000 followers, gastronomie
https://www.instagram.com/pepe39/
Utosh, influenceur Instagram, 147 000 followers, gastronomie
https://www.instagram.com/utosh/
Bonpon, influenceurs Instagram (couple), 829 000 followers, architecture, design ,patrimoine, spiritualité
https://www.instagram.com/bonpon511/
Tabiwalife, influenceurs (couple) Instagram (17 000 followers) et YouTube (26 000 followers), self-drive, camping, camping-car
https://www.instagram.com/tabiwalife/
https://www.youtube.com/channel/UClSrO9l7WlebrT4Gk_cv0vw
Takehiro Saito, influenceur YouTube, 39 600 followers, ski et montagne https://www.youtube.com/c/TakehiroSaito/videos
Kaho, influenceuse YouTube (78 400 abonnés) randonnée et montagne,
https://www.youtube.com/channel/UC1Q990j5wBf8DsUAmFHHogg

Les accueils sont généralement organisés sur une durée d'une semaine. Un représentant d'Atout France les accompagne pour interpréter et faciliter les choses sur place.
La diffusion des contenus créés durant l'accueil sur les plateformes des influenceurs est complétée par une diffusion sur les SNS d'Atout France (FB et Twitter).

Indicateur de performance :

KPI digitaux (reach, engagement, nombre de pages vues...)

Profil visiteur :

Grand public, selon thématiques

Visiteur attendu :

Variable selon l'influenceur
Media / Support :

Communauté de l'influenceur + Atout France au Japon (aout 2023)
Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois X (Twitter) : 77 000 abonnés
Facebook : 49 000 abonnés Line : en cours de mise en place

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

JAPON - ACCUEIL DE L'AMBASSADEUR DE L'AMITIÉ OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Rencontres médias
Cibles :	Grand public international

Les Japonais sont toujours très attentifs à leurs célébrités nationales.
Atout France nomme donc ponctuellement des célébrités japonaises en tant qu'ambassadeurs du tourisme et organise pour eux, avec ses partenaires, des séjours de découverte en France qui permettent la création de contenus fortement valorisés par la présence de la célébrité et, souvent, par les réseaux de communication de celle-ci, permettant un impact supérieur à celui d'un accueil média classique.

OBJECTIFS

- Capter l'attention du public, occuper l'espace médiatique, informer sur la diversité des destinations françaises
- Créer des contenus digitaux associant une célébrité

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toutes destinations, partenaires locaux

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Accueil de célébrité

- Accueil de l'équipe (la personnalité + 2 pax) dans une ou plusieurs régions partenaires pour créer des contenus repris sur les réseaux sociaux d'Atout France au Japon
- Possibilité d'associer à cet accueil un média japonais (magazine ou TV)

Indicateur de performance :

Retombées de presse, KPI digitaux

Profil visiteur :

Tout public, fan de la célébrité, amateurs de gastronomie

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

ACCUEIL DE MÉDIAS JAPONAIS - TOURISME DURABLE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon	
Type de rendez-vous :	Rencontres médias	
Espaces et filières :	Slow tourisme	Tourisme durable

Le développement durable est devenu un sujet inévitable pour la presse japonaise de toutes catégories. La presse féminine et lifestyle en particulier, traite ce sujet avec une ligne éditoriale raffinée et originale. Cette action vise à renforcer le positionnement des destinations françaises en faisant découvrir très concrètement aux médias japonais des exemples des efforts des acteurs du tourisme français en faveur du durable.

OBJECTIFS

- Générer des retombées de presse
- Faire rayonner dans la presse japonaise l'image de la France, un pays engage pour le tourisme eco-friendly

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations (et leurs partenaires hébergement, transferts, etc.)

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
• Durée d'une semaine maximum

• 2 journalistes du même support (texte + photo)
• Accompagnement/interprétariat par un agent d'Atout France pour un accueil en groupe.
• Un ou deux supports par accueil
• Production au retour d'un article de 4 pages minimum
• Il arrive que plusieurs supports acceptent de participer à un même accueil. Certaines thématiques peuvent nécessiter des groupes plus importants.
• La prise en charge de tous les frais en France ainsi que les transports jusqu'à la destination (les vols internationaux/nationaux et les trains) revient à la destination hôte. La prise en charge des vols peut être obtenue dans le cadre d'une négociation avec AF (seulement si le magazine intègre une publicité de AF et si le thème correspond à son positionnement et si des places sont disponibles.)
• Possibilité d'accueillir des correspondants de la presse japonaise en France généralement basés à Paris mais choix plus limitées. Les périodes à privilégier sont l'avant et l'arrière-saison. La publication peut avoir lieu 1 ou 2 mois après l'accueil selon le planning des magazines.

Indicateur de performance :

Nombre d'articles

Profil visiteur :

Presse professionnelle, presse lifestyle et de tourisme

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - CAMPAGNE ONLINE EN ANIMATION OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Campagnes
Cibles :	Grand public international

Campagne annuelle online 2024, composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'un plan d'achat d'espaces massif et d'un jeu concours d'images avec une nouvelle catégorie "Intelligence Artificielle".

OBJECTIFS

- Positionner la France en tant que destination incontournable
- Motiver au départ tout type de public japonais
- Se démarquer des vidéos promotionnelles traditionnelles

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toutes destinations

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 4 et 6

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- La campagne : diffusion large et globale. Création d'une page de campagne sur France.fr, posts SNS, newsletter, plan d'achat d'espaces et point presse au lancement de la campagne. Jeu concours d'image avec une catégorie "création par IA"

- Le dessin animé : création d'une vidéo promotionnelle par partenaire en animation. Au Japon, le pays de l'animé et du manga, le dessin animé est un vecteur de communication adaptable à toute thématique et tout public. En plus d'être tendance, le format dessin présente de nombreux avantages :

  1. Originalité : différent des vidéos de promotion touristique « classiques »
  2. Flexibilité : possibilité de donné au dessin animé une ambiance et un style unique
  3. Tendance : permet de s'adresser au public japonais avec un support qu'il connaît et apprécie

Exemple de publicité au format dessin animé :

https://www.youtube.com/watch?v=AP0mIHvU1RQ ; Taisei Kensetsu, société de travaux publics

Indicateur de performance :

Nombre de vues, de like, taux d'engagement, nombre de clicks...

Profil visiteur :

Tout public, avec ciblage Couples, Amies, famille (3 générations adultes)

Media / Support :

Page de campagne sur France.fr, FB, Twitter, YouTube, achat d'espaces sur plusieurs SNS et Google Ads

Harrang - Jean-Christophe jean-christophe.harrang@atout-france.fr

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

ACCUEIL DE MÉDIAS JAPONAIS AUTOUR DES VOYAGES DE NOCES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Rencontres médias

Le voyage de noces est un moment particulièrement important dans la vie des Japonais et représente une excellente opportunité pour capter une clientèle de jeunes couples à la recherche de destinations romantiques et dotés de budgets importants pour ce séjour mémorable.

OBJECTIFS

- Promouvoir les destinations romantiques pour les voyages de noces à travers des magazines références
- Profiter de la forte demande pour les voyages de noces à venir

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations, hôtels, restaurants... ayant une offre / image romantique

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 3 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Durée d'une semaine maximum
- 2 journalistes du même support (texte + photo)
- Accompagnement/interprétariat par un agent d'Atout France pour un accueil en groupe
- Un ou deux supports par accueil
- Production au retour d'un article de 4 pages minimum

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions magazine.

Profil visiteur :

Journalistes de médias spécialisés dans la thématique

Media / Support :

Presse spécialisée sur la thématique

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

VOYAGES DE NOCES : CAMPAGNE GRAND PUBLIC

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Campagnes
Cibles :	Grand public international

Le voyage de noces est un moment particulièrement important dans la vie des Japonais et représente une excellente opportunité pour capter une clientèle de jeunes couples à la recherche de destinations

romantiques et dotés de budgets importants pour ce séjour mémorable.

OBJECTIFS

- Promouvoir les destinations romantiques pour les voyages de noces
- Profiter de la forte demande pour les voyages de noces post-pandémie

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations, hôtels, restaurants... ayant une offre / image romantique

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 3 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Cette campagne présentera la destination France comme une destination idéale pour le voyage de noces. La campagne sera composée d'

  une page de campagne

  , de
  posts SNS

  , de
  newsletter
  et d'un
  plan d'achat d'espaces
  .
- Un jeu concours sera organisé pour sélectionner un jeune couple marié il y a peu afin de leur offrir un voyage de noces en France. Un

  communiqué de presse
  sera envoyé pour communiquer sur la campagne à 1100 contacts médias.
- Le couple sera suivi par un membre de l'équipe d'Atout France afin de créer un mini reportage. Pendant leur séjour, un

  shooting de photos de mariage
  sera organisé. Ces contenus seront publiés à leur retour sur nos plateformes pour promouvoir les destinations partenaires.

- **En complément**

  , un
  accueil de presse
  d'un magazine spécialisé dans le mariage est possible.

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires, nombre de vues de la vidéo, éventuellement nombre d'impressions magazine...

Profil visiteur :

Jeunes mariés, couples cherchant une destination pour voyage de noces / anniversaire de mariage.

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (août 2023) Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois X (Twitter) : 76 000 abonnés Facebook : 49 000 abonnés Line : mise en place en cours

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

CRÉATION DE PRODUITS D'AGENCES DE VOYAGE OPÉRATION À LA CARTE

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

Afin de renforcer votre positionnement sur le marché, engagez une collaboration exclusive avec une agence de voyage au Japon pour faire créer un produit (voyage organisé) sur-mesure et le faire mettre en vente.

OBJECTIFS

- Création d'un nouveau produit dédié a une destination
- Appui aux ventes d'un produit

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Choix de l'agence et définition des critères de programmation (nuitées, visites, cible de clientèle, etc.)
- Promotion dans un format correspondant à la démarche marketing de l'agence (événement BtoC présentiel ou en ligne) avec appui d'Atout France
- A la fin de la période de programmation : bilan des ventes réalisées par l'agence

Indicateur de performance :

Nombre de participants à l'événement promotionnel, puis nombre de voyageurs.

KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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

JAPON - ACCUEIL INFLUENCEUR CYCLOTOURISME OPÉRATION À LA CARTE

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

Pour cette opération, un influenceur de la thématique du voyage disposant d'une communauté d'environ 50 à 100 000 abonnés sera choisi pour effectuer un voyage à vélo.

OBJECTIFS

- Faire connaître le cyclotourisme comme activité douce accessible à toutes et tous
- Inspirer avec des idées concrètes pour un voyage en France
- Augmenter le taux d'engagement des followers

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toutes destinations cyclotourisme

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Action en deux temsps :
1. Accueil de l'influenceur et 1 accompagnant Atout France

2. Une campagne online composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une newsletter et d'un plan d'achat d'espaces complètera l'opération.

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires

Profil visiteur :

Public général, plutôt jeune, aimant le voyage

Media / Support :

Communauté de l'influenceur et d'Atout France au Japon (août 2023) Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois X (Twitter) : 77 000 abonnés Facebook : 49 000 abonnés Line : en cours de mise en place

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

JAPON - ACCUEIL INFLUENCEUR JAZZ OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Campagnes
Cibles :	Grand public international

Pour cette opération, un influenceur de la thématique jazz disposant d'une large communauté d'environ 50 à 100 000 abonnés sera choisi pour effectuer un voyage vers 1 ou plusieurs festivals, partageant son expérience.

OBJECTIFS

- Faire connaître le monde des festivals en France
- Faire se projeter, donner des idées concrètes pour un voyage en France
- Augmenter le taux d'engagement des followers

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toutes destinations de festival de jazz

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

1. Accueil de l'influenceur

2. Une campagne online composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une newsletter et d'un plan d'achat d'espaces complètera l'opération.

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires

Profil visiteur :

Public général, plutôt jeune, aimant le voyage

FUKUDA - Noriko noriko.fukuda@atout-france.fr

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

JAPON - DÉMARCHAGE COMMERCIAL EN LIGNE OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B

Vous avez des difficultés pour venir jusqu'au Japon mais souhaitez quand même échanger avec des professionnels ?
Du fait du décalage horaire (+7h en été, +8h en hiver), ce format de démarchage permet 2 RDV par jour (contre 4 en présentiel).

OBJECTIFS

- Développer et maintenir le contact avec des agences de voyages au Japon
- Promouvoir la diversité de l'offre française et informer des nouveautés
- Favoriser la programmation et les ventes vers la destination / l'établissement

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations

Nombre de partenaires souhaités :
1 ou 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Atout France au Japon vous accompagne avant, pendant et après le rendez-vous pris avec les agences.
-

2-3 semaines avant le jour J
: préparation du programme : choix des agences, prises de rdv, définition des outils et angles de communication, tests de connextion.
-

2-3 jours avant le jour J
: briefing pour la présentation des offres, envoi des fiches de notoriété TO par Atout France.
-

Le jour J
:
- mise en place technique, tests de connexion
- traduction de la présentation et des échanges
- Envoi d'un mail récapitulatif sur les rendez-vous réalisés

Horaires des 2 rendez-vous sur 1 jour
:
16h-16h45 (soit 9h00-9h45 en France en Heure d'été / 8h00-8h45 en heure d'hiver)
17h-17h45 (soit 10h00-10h45 en France en Heure d'été / 9h00-9h45 en heure d'hiver)

Profil visiteur :

Sélectionnés en fonction du profil du partenaire

Visiteur attendu :
2 RDV par jour

KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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

HAUTE CONTRIBUTION : EVÈNEMENT POUR LA CLIENTÈLE FÉMININE JAPONAISE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :	Japon
Cibles :	Grand public international
Espaces et filières :	Luxe

Le marché japonais s'est bâti sur la clientèle féminine, qui reste majoritaire dans les flux touristiques japonais vers la France. Cet évènement organisé avec le magazine Bi Premium à la résidence de l'ambassadeur de France, rassemble les fidèles lectrices sensibles à l'artisanat d'art, le vin ou encore les gastronomies régionales.

OBJECTIFS

- Promouvoir la destination France auprès d'une clientèle féminine de très haut de gamme
- Valoriser une thématique spécifique liée au monde de l'art, de l'artisanat ou de la table

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Toutes destinations, marques et établissements ayant des offres pour une clientèle féminine de luxe

Nombre de partenaires souhaités :
De 2 à 6

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Réception accueillant environ 200 invitées, toutes membres du club des lectrices du magazine Bi Premium.
- De nombreuses marques hors tourisme (mode, table, vins, alimentation, arrangement floral...) sont associées à cet évènement et présentent leurs produits sur des stands dédiés.
- Accueil par l'ambassadeur et prise de parole par Atout France, et, si souhaité, par les partenaires présents, sur le thème retenu pour l'année.
- Tirage au sort avec des cadeaux offerts par les marques partenaires (séjour en région avec des expériences inédites etc.)
- Action complémentaire : accueil de presse Bi Premium, diffusion d'information aux lectrices

Indicateur de performance :

Nombre de participantes

Media / Support :

Evènement (présentiel), magazine Bi Premium, plateformes SNS Atout France

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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