



Etats-Unis Oenotourisme: A Taste of France a New York B2B B2C

ÉTATS-UNIS

GASTRONOMIE

ŒNOTOURISME

Type de rendez-vous : Événement grand public

Marchés d'intervention : Etats-Unis

Cibles : Grand public international

La participation commence à partir de \$5 000

La campagne Taste of France, soutenue par le Ministère de l'Agriculture français, promeut la gastronomie et les boissons françaises à l'échelle mondiale depuis 2019, couvrant des régions comme l'Allemagne, la Chine, Hong Kong, les États-Unis et bien d'autres. Elle met en avant des marques françaises sélectionnées dans le cadre d'activités promotionnelles, bénéficiant du financement du Ministère pour un retour sur investissement solide et facilitant la création de contenu de haute qualité.

Taste of France invite le public à une expérience exclusive de dégustation de vins, au cœur des saveurs françaises guidées par des experts en œnologie. En plus de cette expérience unique, l'événement propose également un volet B2B pour les acteurs du tourisme français, offrant une plateforme d'échange et de partenariat pour développer des collaborations autour de la promotion des savoir-faire et de l'art de vivre français.

Pourquoi participer

- Visibilité accrue : Augmentez votre visibilité auprès d'un public international passionné par le vin.
- Valorisation des terroirs : Mettez en avant la richesse et la diversité des terroirs français à travers des dégustations exclusives.

- Réseautage privilégié : Rencontrez des experts et des partenaires potentiels dans le domaine de l'œnotourisme

Format

Début

01/09/2025

Fin

30/09/2025

Lieu

New York

Format de l'opération

Événement d'une journée sur le thème du voyage en France au loft Union Square à Manhattan – en septembre 2025

Animations incluant des cours de cuisine française, des dégustations de vins, et des ateliers d'accords mets-vins.

Décor et produits français pour créer une ambiance agréable et "Instagrammable".

Promotion numérique : 2 annonces pleine page dans la presse pour faire la publicité de l'événement et des sponsors (une annonce en été et une en automne).

200 participants comprenant des leaders d'opinion clés, des influenceurs, ainsi que des VIP du secteur et des consommateurs.

Indicateurs de performance

Une audience qui a considérablement augmenté, avec plus de 130 000 abonnés sur Facebook dans le monde, 45 500 sur le compte américain, et 45 300 supplémentaires sur Instagram

Média / support

Une collaboration avec le Magazine Taste of France et Edible: Un flip-book de 18 pages (8"x 11") intégré dans Edible Magazine, mettant en avant la France, les marques partenaires, des recettes, des accords mets-vins, etc.

- Distribution de 35 000 exemplaires dans l'édition d'automne d'Edible Manhattan,
- 2 articles de contenu sponsorisé, envoi d'e-mails dédiés et campagnes sur les réseaux sociaux Instagram, Facebook, Twitter et TikTok
- 1 campagne publicitaire sur le site web (80 000 impressions)
- Portée totale estimée : ~ 1 million

Conditions

Les tarifs commencent à partir de \$5000 pour un espace dédié et une mention dans le Flip book

Cibles du rendez-vous

Nombre de participants attendus

200 participants comprenant des leaders d'opinion clés, des influenceurs, ainsi que des VIP du secteur et des consommateurs.

Profil des participants ciblés

Public hautement qualifié (amateurs de vin, passionnés de la France), pouvoir d'achat élevé, journalistes/influenceurs, 25-44 ans.

Partenaires

Profil des partenaires ciblés

nous visons à collaborer avec des territoires emblématiques de la France afin de mettre en avant la richesse et la diversité de nos vins, avec une attention particulière pour le Champagne, et de notre gastronomie, offrant ainsi une expérience authentique et inoubliable.

Nombre de partenaires souhaités

illimité