RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions L'oenotourisme

La France est la première destination touristique mondiale et le premier pays exportateur de vin. L'œnotourisme, c'est l'opportunité de développer ces deux secteurs majeurs de notre économie.

Chiffres clés

17 grandes régions viticoles	**10 000** caves ouvertes à la visite	**12 M** d'oentouristes par an

Découvrir les actions du pôle L'oenotourisme

L'oenotourisme en France

En France, les régions viticoles sont de grandes destinations touristiques qui proposent une diversité de produits touristiques liés à la vigne et au vin. L'œnotourisme français peut également s'appuyer sur des **marques à notoriété mondiales** : Champagne, Bordeaux, Bourgogne, Beaujolais, Cognac, Provence, Val de Loire (…). Un tiers des touristes cite le vin et la gastronomie comme motivations de choix d'un séjour.

- Les touristes venus à la découverte des vins et vignobles français sont estimés à 12 millions par an, ce qui représente une dépense globale de 5,2 milliards d'euros.
- La clientèle étrangère représente 45% de la fréquentation (avec un top 3 composé de Britanniques, de Belges et d'Américains)

Les enjeux liés à l'économie de l'œnotourisme sont importants tant pour l'accroissement de la fréquentation des régions viticoles que pour stimuler la vente des vins. Il s'agit d'une filière clé pour la destination qui porte en son sein des valeurs d'art de vivre, de quête de sens, d'échanges et d'expériences, en parfaite cohérence avec les attentes actuelles des touristes.
Il s'agit d'un marché porteur sur le plan économique mais aussi au niveau culturel, le vignoble tenant une place incontestable dans l'image et la notoriété de la France à l'étranger.

- 17 grandes régions viticoles
- 10 000 caves ouvertes à la visite
- 12 millions d'oenotouristes par an
- 5,2 milliards de recettes générés
- 75 destinations labélisées Vignobles & Découvertes

Les objectifs du pôle

Créé en 2020, dans le cadre de la crise du COVID-19, qui a fortement impacté les destinations, le Pôle œnotourisme poursuit plusieurs objectifs.
En s'appuyant sur une approche transversale impliquant tous les domaines d'expertise d'Atout France et sur une action collective associant tous les acteurs clés de la filière, le pôle œnotourisme met tout en œuvre pour accompagner et optimiser le développement harmonieux et durable de l'œnotourisme français dans un contexte de concurrence internationale important.

- Développer l'intelligence économique pour stimuler les initiatives et l'investissement en améliorant la capacité d'observation de la filière.
- Améliorer la qualité de l'offre en accompagnant son évolution et sa structuration à travers le développement du **label Vignobles & Découvertes.**
- Professionnaliser la filière à travers la mise en place de contenus de formation spécifiques permettant notamment d'aborder des sujets clés (impact environnementaux, innovation, évolution demande…).
- Stimuler la demande à travers des actions de promotion concentrées sur le digital (web et réseaux d'influenceurs) et la séduction des prescripteurs internationaux.

Les axes de travail

Structuration de l'offre :

- Instruction des candidatures au **label Vignobles & Découvertes** (candidatures initiales, renouvellement et ajouts de partenaires)
- Appui à la Refonte du règlement d'usage de la marque Vignobles & Découvertes, en lien avec le Conseil Supérieur de l'Œnotourisme, la Fédération Vignobles & Découvertes et la DGE.

- Travail autour des destinations V&D et de la protection des indications géographiques & signes de qualité (en partenariat avec l'INAO)
- Amélioration de l'exploitation statistiques des données Vignobles & Découvertes.

Veille-Prospective :
- Réactualisation de l'étude sur la fréquentation oenotouristique en France
- Valorisation des données des destinations Vignobles & Découvertes via le Data Hub France Tourisme Observation
- Organisation d'une Learning Expedition à destination d'une région œnotouristique forte sur un marché européen de proximité.

Stimulation de la demande :
- **Salon Destination Vignobles 2024**
- Promotion du Fascinant Weekend Vignobles & Découvertes (France)
- Opération BtoB en Grande-Bretagne
- Trophées de l'Œnotourisme
- Module d'e-formation à destination des agents de voyages et tour-opérateurs

Gastronomie :
- Plan Destination France : structuration d'un **appel à manifestation d'intérêt (AMI)** dédié à la gastronomie

Organisation du Pôle

Créé en 2020, le Pôle Œnotourisme rassemble des partenaires, institutionnels et professionnels français du tourisme et du vin, représentatifs de la diversité de l'offre et des 17 vignobles français dans une démarche volontaire et collective de développement de l'œnotourisme.
Il est piloté par un Comité de filière œnotourisme qui rassemble le Conseil Supérieur de l'Œnotourisme, la Fédération Vignobles & Découvertes ainsi que les forces vives de l'œnotourisme français.
Présidence du pôle : Ludovic Walbaum, Référent aux Vignerons indépendants et au CNIV

L'action du pôle œnotourisme en 2024

Webinaire Tourism Innov dédié à l'œnotourisme

- Télécharger le document Frequentation_oenotouristique_2025.pdf PDF – 487.14 Ko

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **France Chine Market Place** : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Etats-Unis: Conférence B2B Loisirs THREADS (AAA Northeast)** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Travel in France 2025 - BeLux** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Travel in France 2025 - BeLux** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Communication digitale d'inspiration BtoB 2025 - BeLux** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Communication digitale d'inspiration BtoB 2025 - BeLux** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Communication digitale d'inspiration BtoB 2025 - BeLux** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Communication digitale d'inspiration BtoB 2025 - BeLux** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Workshop presse - Art de vivre & Gastronomie en France** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Marhaba meets DETS 2025** : Salons / Professionnels internationaux
- **WORKSHOP "EXPLORE FRANCE" A ISTANBUL** : Salons / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis: Delta Vacations University - Atlanta** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Tournée médiatique au Canada 2025** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Mission Salvador - Fortaleza 2025** : Communication B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Tournée Norvège avec ANTOR** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **France by train** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

FRANCE CHINE MARKET PLACE

PRESTATION

Marchés d'intervention : Chine, Hong-Kong, Taïwan
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Médias internationaux, Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Shopping, Slow tourisme , Œnotourisme

Cette fin d'année, Atout France vous propose de renforcer vos liens avec les acteurs de la distribution et médias de Chine Continentale, Taiwan et Hong Kong. Une semaine pour faire le plein de contacts !

OBJECTIFS

- Rencontrer et construire son réseau B2B avec les tour-opérateurs et agents de voyages
- Promouvoir la diversité de l'offre française auprès des agences de voyage et de la presse et favoriser la programmation
- S'informer sur les nouvelles tendances du marché et les attentes produits des agences

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous partenaires

Nombre de partenaires souhaités :
20 partenaires minimum

Visibilité partenaire :
Une table et un chevalet de présentation par partenaire dans la salle de workshop ; Communiqué de Presse ; Présence dans le catalogue du workshop.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Juin 2025

Précisions tarifaires :
A partir de 5 200 € HT (hors vols et hébergement et hors options) - Option Hong Kong : 2 500 € HT - Option Taiwan : 2500 HT

FORMAT

Liste des sessions :
France Chine Market Place

Date de début	:	17 novembre 2025
Date de fin	:	23 novembre 2025
Date limite d'inscription	:	01 juin 2025

Lieu :
Chine continentale, Hong Kong Taiwan

Format de l'opération :
En Chine continentale : Des rencontres d'affaires avec des rendez vous pré- programmés . Une attention toute particulière sera accordée à la segmentation du marché afin de répondre au mieux tant aux attentes des professionnels et de leurs clients chinois qu'à celle des participants français : prise en compte d'un tourisme plus qualitatif et plus durable. FITs à la recherche de nouvelles destinations et d'expériences, groupes de petite taille...
A Hong Kong et à Taiwan : démarchage en agences et dîner patrons (format à confirmer selon le nombre et le type de partenaires participants)

Profil visiteur :
Tour-opérateurs et agents de voyages, OTA, presse loisirs et B2B

Visiteur attendu :
75 acheteurs en Chine Continentale 40 -50 acheteurs a Hong Kong et Taiwan

Liang - Safina safina.liang@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS: CONFÉRENCE B2B LOISIRS THREADS (AAA NORTHEAST)

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Rencontres B2B, Salons
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Shopping, Ville, Œnotourisme

AAA Travel, est une agence de voyage hybride qui détient également un réseau d'environ 195 agents de voyage. Elle est la branche voyage de American Automobile Association. Elle est l'une des marques la plus fiable dans le domaine du voyage et de l'hospitalité.

AAA Northeast (la branche du Nord Est des Etats-Unis.) organise chaque année leur conférence b2b loisir réunissant pas moins de 200 agents de voyage du réseau.

OBJECTIFS

- Accéder à un réseau exclusif de conseillers en voyages d'AAA Northeast.
- Faire connaitre votre produit/destination
- Informer sur les nouveautés pour votre produit/destination

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
tout type de partenaire souhaitant promouvoir son offre sur le marché américain

Nombre de partenaires souhaités :
5 à 15

FORMAT

Liste des sessions :
Conférence Threads

Date de début	:	12 novembre 2025
Date de fin	:	14 novembre 2025
Date limite d'inscription	:	31 août 2025

Lieu :
Lieu à determiner d'ici fin 2024

Format de l'opération :
- trade show
- sessions de formations
- tables rondes
- soirées networkings

Nombreuses possibilités de sponsoring

Indicateur de performance :
? 46 % des conseillers réalisent plus de 1 million de dollars par an
? 20 % des conseillers réalisent plus de 2 millions de dollars par an
? Ventes du meilleur conseiller en 2023 : 3,75 millions de dollars
? 48 % des ventes proviennent de clients récurrents des conseillers réalisent plus de 2 millions de dollars par an

La France est l'une des 10 premières destinations en termes de dépenses
internationales.

Profil visiteur :
agents de voyage du réseau AAA Northeast

Visiteur attendu :
200

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

TRAVEL IN FRANCE 2025 - BELUX

PRESTATION

Marchés d'intervention : Belgique, Luxembourg
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Slow tourisme , Activités outdoor, Gastronomie

Rencontres professionnelles annuelles de la destination France avec les organisateurs de séjours au Luxembourg et à Bruxelles

OBJECTIFS

- Renfocer votre présence sur les marchés néerlandophone, francophone et luxembourgeois auprès des clientèles groupes et individuelles
- Rencontrer et échanger avec les professionnels de ces marchés
- Présenter vos nouveautés, les nouvelles tendances, thématiques des destinations françaises

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
Luxembourg : 12 Bruxelles : 30

Visibilité partenaire :
- 1 espace dédié sur le workshop - Présentation Catalogue des exposants et des événements - Présentation interactive des exposants - Communication faite autour de la manifestation

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
31 mai 2025

FORMAT

Liste des sessions :
Sessions
Travel in France 2025 Luxembourg
Date de la session : 06 octobre 2025
Date limite d'inscription : 31 mai 2025
Travel in France 2025 Belgique
Date de la session : 07 octobre 2025
Date limite d'inscription : 31 mai 2025

Lieu :
Luxembourg, Bruxelles

Format de l'opération :
Workshop en continu, cocktail dînatoire, networking, présentation interactive des partenaires

Indicateur de performance :
10 à 15 rdv/exposants
+/- 1150 rendez-vous générés
Taux de satisfaction : 80%

Edition précédente :
En 2023, Travel in France a réuni sur les 3 villes, **48 exposants et près de 200 visiteurs** répartis par édition de la manière suivante :

- à Luxembourg, 16 exposants et 41 visiteurs
- en Wallonie, 32 exposants et 56 visiteurs
- en Flandre, 34 exposants et 95 visiteurs

Travel in France a généré environs **1150 rendez-vous et une moyenne de 13 rendez-vous dont 4 demandes concrètes/exposant** :

- à Luxembourg : 160 rendez-vous - 10 rendez-vous/exposants - 3 demandes concrètes/exposants
- en Wallonie : 416 rendez-vous - 13 rendez-vous/exposants - 4 demandes concrètes/exposants
- en Flandre : 544 rendez-vous - 16 rendez-vous/exposants - 5 demandes concrètes/exposants

Profil visiteur :
- Contracting et product managers des tour-opérateurs et autocaristes - Travel designers des agences de voyages - Organisateurs de séjours des réseaux alternatifs (associations, mutuelles, clubs, écoles...)

Visiteur attendu :
- Luxembourg : 40 - Bruxelles : 100

Media / Support :
Communication dans la presse professionnelle, auprès des médias associatifs, scolaires

Jamin - Gisèle gisele.jamin@atout-france.fr

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

TRAVEL IN FRANCE 2025 - BELUX

PRESTATION

Marchés d'intervention : Belgique, Luxembourg
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Slow tourisme , Activités outdoor, Gastronomie

Rencontres professionnelles annuelles de la destination France avec les organisateurs de séjours au Luxembourg et à Bruxelles

OBJECTIFS

- Renfocer votre présence sur les marchés néerlandophone, francophone et luxembourgeois auprès des clientèles groupes et individuelles
- Rencontrer et échanger avec les professionnels de ces marchés
- Présenter vos nouveautés, les nouvelles tendances, thématiques des destinations françaises

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
Luxembourg : 12 Bruxelles : 30

Visibilité partenaire :
- 1 espace dédié sur le workshop - Présentation Catalogue des exposants et des événements - Présentation interactive des exposants - Communication faite autour de la manifestation

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
31 mai 2025

FORMAT

Liste des sessions :
Sessions
Travel in France 2025 Luxembourg
Date de la session : 06 octobre 2025
Date limite d'inscription : 31 mai 2025
Travel in France 2025 Belgique
Date de la session : 07 octobre 2025
Date limite d'inscription : 31 mai 2025

Lieu :
Luxembourg, Bruxelles

Format de l'opération :
Workshop en continu, cocktail dînatoire, networking, présentation interactive des partenaires

Indicateur de performance :
10 à 15 rdv/exposants
+/- 1150 rendez-vous générés
Taux de satisfaction : 80%

Edition précédente :
En 2023, Travel in France a réuni sur les 3 villes, **48 exposants et près de 200 visiteurs** répartis par édition de la manière suivante :

- à Luxembourg, 16 exposants et 41 visiteurs
- en Wallonie, 32 exposants et 56 visiteurs
- en Flandre, 34 exposants et 95 visiteurs

Travel in France a généré environs **1150 rendez-vous et une moyenne de 13 rendez-vous dont 4 demandes concrètes/exposant** :

- à Luxembourg : 160 rendez-vous - 10 rendez-vous/exposants - 3 demandes concrètes/exposants
- en Wallonie : 416 rendez-vous - 13 rendez-vous/exposants - 4 demandes concrètes/exposants
- en Flandre : 544 rendez-vous - 16 rendez-vous/exposants - 5 demandes concrètes/exposants

Profil visiteur :
- Contracting et product managers des tour-opérateurs et autocaristes - Travel designers des agences de voyages - Organisateurs de séjours des réseaux alternatifs (associations, mutuelles, clubs, écoles...)

Visiteur attendu :
- Luxembourg : 40 - Bruxelles : 100

Media / Support :
Communication dans la presse professionnelle, auprès des médias associatifs, scolaires

Jamin - Gisèle gisele.jamin@atout-france.fr

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

COMMUNICATION DIGITALE D'INSPIRATION BTOB 2025 - BELUX

PRESTATION

Marchés d'intervention : Belgique, Luxembourg
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Montagne, Outre-mer , Slow tourisme

Communication auprès des professionnels du tourisme par le biais de contenus inspirants.

OBJECTIFS

- Renforcer votre visibilité auprès des organisateurs de séjours
- Communiquer sur vos nouveautés
- Informer des possibilités de séjours, des offres, activités

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Insitutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
3 par e-news multi-partenaires

Visibilité partenaire :
1 article de 1500 caractères agrémenté de visuels, blocs contact et documentation sur le blog B2B Atout France et le site Travel360

FORMAT

Liste des sessions :
Sessions

Escapades Gourmandes
Date de la session : 10 février 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Slow tourisme - Mobilité douce
Date de la session : 15 avril 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Au coeur de la nature
Date de la session : 10 juin 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Vacances en hiver
Date de la session : 09 septembre 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Culture & Patrimoine
Date de la session : 18 novembre 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Dédiée
Date de début : 15 janvier 2025
Date de fin : 15 décembre 2025
Date limite d'inscription : -

Format de l'opération :
Communication multi-partenaires :

- 5 éditions thématiques sur l'année
- 3 sujets de contenu par édition :
  - idée hébergement
  - idée circuit
  - idée découverte d'un lieu insolite

Communication dédiée en dehors des dates d'envoi des communication multi-partenaires

Indicateur de performance :

- Taux d'ouverture : 23,45%
- Taux de clics : 2,20%
- Nombre de visiteurs blog ATF/mois : 400
- Nombre de de visiteurs site Travel360 : 18 000

Media / Support :

- Newsletter et blog BtoB Atout France
- Newsletter et site internet Travel360

Jamin - Gisèle gisele.jamin@atout-france.fr

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

COMMUNICATION DIGITALE D'INSPIRATION BTOB 2025 - BELUX

PRESTATION

Marchés d'intervention : Belgique, Luxembourg
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Montagne, Outre-mer , Slow tourisme

Communication auprès des professionnels du tourisme par le biais de contenus inspirants.

OBJECTIFS

- Renforcer votre visibilité auprès des organisateurs de séjours
- Communiquer sur vos nouveautés
- Informer des possibilités de séjours, des offres, activités

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Insitutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
3 par e-news multi-partenaires

Visibilité partenaire :
1 article de 1500 caractères agrémenté de visuels, blocs contact et documentation sur le blog B2B Atout France et le site Travel360

FORMAT

Liste des sessions :
Sessions

Escapades Gourmandes
Date de la session : 10 février 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Slow tourisme - Mobilité douce
Date de la session : 15 avril 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Au coeur de la nature
Date de la session : 10 juin 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Vacances en hiver
Date de la session : 09 septembre 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Culture & Patrimoine
Date de la session : 18 novembre 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Dédiée
Date de début : 15 janvier 2025
Date de fin : 15 décembre 2025
Date limite d'inscription : -

Format de l'opération :
Communication multi-partenaires :

- 5 éditions thématiques sur l'année
- 3 sujets de contenu par édition :
  - idée hébergement
  - idée circuit
  - idée découverte d'un lieu insolite

Communication dédiée en dehors des dates d'envoi des communication multi-partenaires

Indicateur de performance :

- Taux d'ouverture : 23,45%
- Taux de clics : 2,20%
- Nombre de visiteurs blog ATF/mois : 400
- Nombre de de visiteurs site Travel360 : 18 000

Media / Support :

- Newsletter et blog BtoB Atout France
- Newsletter et site internet Travel360

Jamin - Gisèle gisele.jamin@atout-france.fr

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

COMMUNICATION DIGITALE D'INSPIRATION BTOB 2025 - BELUX

PRESTATION

Marchés d'intervention : Belgique, Luxembourg
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Montagne, Outre-mer , Slow tourisme

Communication auprès des professionnels du tourisme par le biais de contenus inspirants.

OBJECTIFS

- Renforcer votre visibilité auprès des organisateurs de séjours
- Communiquer sur vos nouveautés
- Informer des possibilités de séjours, des offres, activités

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Insitutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
3 par e-news multi-partenaires

Visibilité partenaire :
1 article de 1500 caractères agrémenté de visuels, blocs contact et documentation sur le blog B2B Atout France et le site Travel360

FORMAT

Liste des sessions :
Sessions

Escapades Gourmandes
Date de la session : 10 février 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Slow tourisme - Mobilité douce
Date de la session : 15 avril 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Au coeur de la nature
Date de la session : 10 juin 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Vacances en hiver
Date de la session : 09 septembre 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Culture & Patrimoine
Date de la session : 18 novembre 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Dédiée
Date de début : 15 janvier 2025
Date de fin : 15 décembre 2025
Date limite d'inscription : -

Format de l'opération :
Communication multi-partenaires :

- 5 éditions thématiques sur l'année
- 3 sujets de contenu par édition :
  - idée hébergement
  - idée circuit
  - idée découverte d'un lieu insolite

Communication dédiée en dehors des dates d'envoi des communication multi-partenaires

Indicateur de performance :

- Taux d'ouverture : 23,45%
- Taux de clics : 2,20%
- Nombre de visiteurs blog ATF/mois : 400
- Nombre de de visiteurs site Travel360 : 18 000

Media / Support :

- Newsletter et blog BtoB Atout France
- Newsletter et site internet Travel360

Jamin - Gisèle gisele.jamin@atout-france.fr

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

COMMUNICATION DIGITALE D'INSPIRATION BTOB 2025 - BELUX

PRESTATION

Marchés d'intervention : Belgique, Luxembourg
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Montagne, Outre-mer , Slow tourisme

Communication auprès des professionnels du tourisme par le biais de contenus inspirants.

OBJECTIFS

- Renforcer votre visibilité auprès des organisateurs de séjours
- Communiquer sur vos nouveautés
- Informer des possibilités de séjours, des offres, activités

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Insitutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
3 par e-news multi-partenaires

Visibilité partenaire :
1 article de 1500 caractères agrémenté de visuels, blocs contact et documentation sur le blog B2B Atout France et le site Travel360

FORMAT

Liste des sessions :
Sessions

Escapades Gourmandes
Date de la session : 10 février 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Slow tourisme - Mobilité douce
Date de la session : 15 avril 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Au coeur de la nature
Date de la session : 10 juin 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Vacances en hiver
Date de la session : 09 septembre 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Culture & Patrimoine
Date de la session : 18 novembre 2025
Date limite d'inscription : 20 décembre 2024

Dédiée
Date de début : 15 janvier 2025
Date de fin : 15 décembre 2025
Date limite d'inscription : -

Format de l'opération :
Communication multi-partenaires :

- 5 éditions thématiques sur l'année
- 3 sujets de contenu par édition :
  - idée hébergement
  - idée circuit
  - idée découverte d'un lieu insolite

Communication dédiée en dehors des dates d'envoi des communication multi-partenaires

Indicateur de performance :

- Taux d'ouverture : 23,45%
- Taux de clics : 2,20%
- Nombre de visiteurs blog ATF/mois : 400
- Nombre de de visiteurs site Travel360 : 18 000

Media / Support :

- Newsletter et blog BtoB Atout France
- Newsletter et site internet Travel360

Jamin - Gisèle gisele.jamin@atout-france.fr

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

WORKSHOP PRESSE - ART DE VIVRE & GASTRONOMIE EN FRANCE

PRESTATION

Marchés d'intervention : Pays-Bas
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Médias internationaux
Espaces et filières : Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie

OBJECTIFS

- Présenter votre offre et inspirer les médias
- Générer des reportages et / ou accueils
- Créer et renouer des contacts

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés, porteurs de projets, start-ups

Nombre de partenaires souhaités :
8-12 partenaires

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

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
18 juillet 2025 (ou le 1er juin pour profiter tarif Early Bird)

Précisions tarifaires :
Tarif classique : 1.450 € HT Tarif Early Bird : 1.305 € HT - Pour toute inscription avant le 1er juin 2025.

FORMAT

Liste des sessions :
Workshop presse - Art de vivre & Gastronomie en France

Date de la session	:	25 septembre 2025
Date limite d'inscription	:	18 juillet 2025

Lieu :
Amsterdam ou Utrecht

Format de l'opération :
Rencontres en présentiel sur la journée dans un lieu authentique et convivial. Chaque destination aura sa table dé diée.

Indicateur de performance :
- Nombre de contacts et nouveaux contacts par exposant
- Nombre de rendez-vous sur la journée
- Retombées RP pour les partenaires sur 2025/2026
- Nombre de reportages et accueils organisés à la suite de la rencontre

Edition précédente :
En attente des chiffres de 2024

Profil visiteur :
Journalistes print et online, créateurs de contenus (Instagram, blogs, Youtube). Thèmes : France, gastronomie/oenologie, lifestyle, luxe, féminin, voyage, rando, vélo, camping.

Visiteur attendu :
20-25 personnes.

Reseau 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

MARHABA MEETS DETS 2025

PRESTATION

Marchés d'intervention :	Arabie Saoudite, Barheïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Koweït, Liban
Type de rendez-vous :	Salons
Public attendu :	Professionnels internationaux
Espaces et filières :	Activités outdoor, Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Shopping, Ville

Marhaba France est un workshop « hosted-buyers » réservé aux professionnels du tourisme français.

Fort de ses 9 éditions précédentes, cet événement offre l’opportunité d’aller à la rencontre de plus de 100 tour-opérateurs parmi les plus influents du Moyen-Orient : Arabie Saoudite, Bahreïn, Emirats Arabes Unis, Koweït, Oman, Qatar, Liban, Jordanie, Egypte.

OBJECTIFS

- Présenter et mettre en valeur l'offre française à travers la promotion des régions et services
- Nouer et renforcer des liens solides avec les acteurs du tourisme local grâce à une visite locale.
- Détecter les opportunités d'affaires à travers une sélection de professionnels du Moyen-Orient

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et prives

Nombre de partenaires souhaités :
50 exposants

CONDITIONS

Précisions tarifaires :
Le tarif comprend : - 3 nuits en hotel 5 etoiles en BB - Les repas pendant les 2 jours de workshop - Les transferts pour les soirees

FORMAT

Liste des sessions :
Marhaba France

Date de début	:	25 avril 2025
Date de fin	:	26 avril 2025
Date limite d'inscription	:	01 mars 2025

Lieu :
Dubai, Emirats Arabes Unis

Format de l'opération :

- 2 jours de workshop

- 100 professionnels de la région représentant 9 pays du Moyen-Orient

- 32 rendez-vous préprogrammés de 20 minutes

- 1 plateforme en ligne Marhaba France dédiée à la prise de rendez-vous

- 1 soirée de gala et une soirée de clôture

Indicateur de performance :
Nombre de RDV
Programmation post-évènement

Edition précédente :
+ de 2 000 RDV préprogrammés sur 2 jours

Profil visiteur :
Agents de voyage, tour-operateurs et medias B2B

Visiteur attendu :
150 professionnels

Media / Support :
Article TTN

Reseau social :
https://www.linkedin.com/posts/atout-france-middle-east-turkey_for-its-9th-edit…

Bergerard Elise elise.bergerard@atout-france.fr

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

WORKSHOP "EXPLORE FRANCE" A ISTANBUL

PRESTATION

Marchés d'intervention : Turquie
Type de rendez-vous : Salons
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Activités outdoor, Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Shopping, Ville

Participez au workshop "Explore France" pour partir à la rencontre des professionnels du tourisme turc (tour-opérateurs, agences de voyage et agences MICE) à Istanbul, un marché à fort potentiel touristique juste en amont de la saison hivernale, particulièrement efficace pour les destinations "montagne".

OBJECTIFS

- Présenter et mettre en valeur l'offre française à travers la promotion: des régions, services d'hébergement et restauration, transport et conciergerie, loisirs et divertissements..
- Nouer et renforcer des liens avec les acteurs du tourisme local.
- Détecter les opportunités d'affaires à travers une sélection de professionnels turques identifiés pour leurs pertinence et potentiel

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels & privés (hôteliers, agences de voyage, parcs thématiques...)

Nombre de partenaires souhaités :
10 exposants

FORMAT

Liste des sessions :
Workshop "Explore France" Turquie

Date de la session	:	11 septembre 2025
Date limite d'inscription	:	15 août 2025

Lieu :
Turquie

Format de l'opération :
Workshop B2B a Istanbul suivi d'une soirée networking avec les decisionnaires et directeurs d'agences.

Indicateur de performance :
Nombre d'agences rencontrees

Profil visiteur :
Agences de voyage, tour-opérateurs et agences MICE

Visiteur attendu :
50 professionnels

Bergerard Elise elise.bergerard@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS: DELTA VACATIONS UNIVERSITY - ATLANTA

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Rencontres B2B, Salons
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Ville

Promouvoir votre region /produits aupres des agents de voyages de Delta Vacations.

OBJECTIF

- Promouvoir votre offre auprès des agents du réseau Delta Vacations

FORMAT

Liste des sessions :
Delta Vacations University

Date de début	: 13 septembre 2025
Date de fin	: 14 septembre 2025
Date limite d'inscription	: -

Lieu :
Georgia International Convention Center (GICC) - Atlanta.

Format de l'opération :
2 jours de workshop Session de formation (d'une heure)

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

TOURNÉE MÉDIATIQUE AU CANADA 2025

PRESTATION

Marchés d'intervention : Canada
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Médias internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Grands évènements , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Travel Tech, Vélotourisme

Atout France au Canada organise deux événements dans les deux plus grandes villes canadiennes que sont Montréal et Toronto dédiés aux rencontres avec les médias et créateurs de contenus.

OBJECTIFS

- apprenez à connaître les représentants des médias canadiens à l'occasion d'un riche programme de rencontres
- présentez vos nouveautés et votre stratégie de marque aux prescripteurs canadiens
- générez des retombées de qualité et de futurs accueils

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, offices de tourisme, musées, sites et entreprises culturelles et touristiques, magasins et entreprises dont artisanat, mode et art de vivre, chaînes d'hôtels, travel tech, agences réceptives, transporteurs
Nombre de partenaires souhaités

Nombre de partenaires souhaités :
5 à 7 sociétés exposantes et 2 sponsors

Visibilité partenaire :
- Article dédié dans une e-news presse multipartenaires ; - Posts en amont et durant l'événement sur LinkedIn ; - Dossier de presse hébergé et diffusé ; - Logo sur toutes les communications entourant l'évènement ; - Liste et contacts des médias ayant rsvp

CONDITIONS

Précisions tarifaires :
- Forfait selon le nombre de villes incluant deux nuits à Montréal, une nuit à Toronto et le vol entre ces deux villes. - Transport international et repas hors programme à la charge du participant. - Une table par partenaire et sa signalétique.

FORMAT

Liste des sessions :
Tournée médiatique au Canada

Date de début	:	10 novembre 2025
Date de fin	:	13 novembre 2025
Date limite d'inscription	:	10 septembre 2025

Lieu :
Montréal, Toronto

Format de l'opération :
En tout, entre 5 et 8 partenaires (exposants) auront le privilège de réseauter avec ces médias pendant deux soirées.

Indicateur de performance :
Retombées et demandes d'accueils ou soutien technique à la suite du workshop

Edition précédente :
En 2023, sur le thème Voyagez futé / Travel Hacks, deux belles éditions avec 55 journalistes rencontrés et plusieurs demandes d'accueil subséquentes. Les consuls généraux ont participé dans chacune de villes.

Profil visiteur :
Rédacteurs et influenceurs tourisme, art de vivre, bien-être, gastronomie, outdoor et médias luxe.

Visiteur attendu :
Entre 25 et 40 représentants des médias à Montréal et 30 à 35 à Toronto.

Carole Larocque carole.larocque@atout-france.fr

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

MISSION SALVADOR - FORTALEZA 2025

PRESTATION

Marchés d'intervention : Brésil
Type de rendez-vous : Communication B2B, Rencontres B2B, Rencontres médias
Public attendu : Médias internationaux, Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, MICE, Shopping, Slow tourisme , Tourisme durable , Ville

Rencontres B2B organisées dans deux des principales capitales du Nord-Est du Brésil : Salvador et Fortaleza.
Cette opération en présentiel réunira les professionnels du tourisme de loisirs et du MICE (tour-opérateurs, agences de voyages, OTAs) ainsi que la presse spécialisée, et permettra d'établir des liens avec les acteurs clés du secteur touristique dans cette région du Brésil, où Air France renforce sa présence avec des vols directs vers Paris, offrant ainsi de nouvelles opportunités de connectivité entre les deux pays.

OBJECTIFS

- Présenter la diversité de l'offre française
- Promouvoir et développer les relations d'affaires avec les agences et les tour-opérateurs
- Permettre aux professionnels sud-américains d'actualiser leurs contacts et de développer une offre France 2025

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels & privés

Nombre de partenaires souhaités :
6-8

Visibilité partenaire :
Ecosystème France.fr / Communiqué de presse

FORMAT

Liste des sessions :
Mission Salvador - Fortaleza 2025

Date de début	:	19 mai 2025
Date de fin	:	23 mai 2025
Date limite d'inscription	:	31 janvier 2025

Lieu :
Salvador - Fortaleza - BRÉSIL

Format de l'opération :
Workshops B2B dans 2 villes du Nord-Est du Brésil: Salvador et Fortaleza.

Indicateur de performance :
Nombre de rendez-vous programmés
Nombre de contacts effectués
Taux de satisfaction

Profil visiteur :
Tour-opérateurs et agences de voyages Presse specialisée Inflenceurs

Caroline Putnoki caroline.putnoki@atout-france.fr

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

TOURNÉE NORVÈGE AVEC ANTOR

PRESTATION

Marchés d'intervention : Norvège
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, MICE, Outre-mer , Tourisme durable , Ville

Présentation de votre destination aux principaux acteurs du secteur touristique de Norvège (OTAs, tour-opérateurs, agences événementielles et MICE) en format workshop sans rendez-vous programmés.

OBJECTIFS

- Rejoindre les principaux acteurs du secteur touristique norvégien (OTAs, tour-opérateurs, MICE).
- Promouvoir les destinations, les filières et les nouveaux produits
- Renforcer, renouer et générer de nouveaux contacts avec les professionnels norvégiens

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
2 à 3 partenaires

Visibilité partenaire :
Zone #exploreFrance, une table avec signalétique dédiée à chaque participant.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
1er mai 2025

Précisions tarifaires :
4620 euro HT, transport intra Norvège inclus, hors hébergement.

FORMAT

Liste des sessions :
Tournée Norvège avec ANTOR

Date de début	:	26 août 2025
Date de fin	:	28 août 2025
Date limite d'inscription	:	01 mai 2025

Lieu :
Bergen, Trondheim, Oslo

Format de l'opération :
Participation d'environ 30 à 35 invités par ville en soirée. Quiz et networking.
Le 26 août à Bergen, le 27 août à Trondheim, et le 28 août à Oslo.

Indicateur de performance :
Août 2023 : 125 visiteurs et 25 exposants

Edition précédente :
Très grand intérêt montré par les TO des villes visitées lors de l'édition 2022 sur la Côte Ouest norvégienne avec Atout France et Antor.

Profil visiteur :
Tour-opérateurs loisirs et MICE norvégiens.

Visiteur attendu :
100 professionnels norvégiens sur l'ensemble de la tournée.

Dahl - Sissel sissel.dahl@atout-france.fr

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

FRANCE BY TRAIN

PRESTATION

Marchés d'intervention : Royaume-Uni
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Ville

Première édition d'un événement networking en collaboration avec la SNCF UK

OBJECTIFS

- Promouvoir son accessibilite par le train
- Conquête et/ou fidélisation professionnels
- Mettre en avant ses nouvelles offres

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations, DMC, hébergeurs, prestataires expériences

Nombre de partenaires souhaités :
8 pax maximun

Visibilité partenaire :
Mention sur invitation et dans la E-newsletter (1200 contacts généralistes) , table avec signalétique. Présence sur l évènement sur la base de milieu de journée/soirée

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
10 mars 2025

Précisions tarifaires :
2300 GBP HT

FORMAT

Liste des sessions :
France by train

Date de la session	:	14 mai 2025
Date limite d'inscription	:	10 mars 2025

Lieu :
Central London

Format de l'opération :
Networking

Indicateur de performance :
Qualité des acheteurs, programmation de l offre, reventes, création de relation

Edition précédente :
Nouveau en 2025

Profil visiteur :
Tour operateurs et agents de voyages

Visiteur attendu :
20-30 pax

Renaud-Elliott - Vanessa vanessa.renaud@atout-france.fr

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

Les opérations à la carte

2024

- **Etats-Unis: E-newsletter dédiée B2B Loisir** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Webinaire + Sponsoring "plateforme de formation en ligne"** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis: Webinaire thématique B2B Loisir** : Formations / Professionnels internationaux
- **États-Unis American Creators Travel Week in France - Campagne d'influence** : Campagnes / Grand public international
- **Campagne digitale de notoriété et/ou trafic** : Campagnes
- **Japon - Œnotourisme durable : Séminaire B2B** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Formation oenotourisme pour les pros indiens** : Formations

2025

- **Hong Kong - Soirée French Art de vivre** : Rencontres B2B / Grand public international
- **Démarchage B2B - Moyen-Orient & Turquie** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Campagne de communication digitale FIT avec KOLs et OTA** : Campagnes / Grand public international
- **Australie-Campagne Digitale BtoB Distribution Grands Groupes** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Campagne de conversion/ventes TO Pays nordiques** : Campagnes / Grand public international
- **Tournée Aarhus/Göteborg - Pays nordiques** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Partenariat avec l'application Komoot - Pays-Bas** : Campagnes / Grand public français
- **France Media Pack Allemagne, Autriche, Suisse** : Campagnes / Grand public international
- **Australie-Campagne Digitale BtoB TO & Agence de voyages** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Australie-Campagne BtoB Travel Trade Connect** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Japon - Œnotourisme : Campagne en ligne** : Campagnes
- **Australie-Campagne Digitale produits avec une OTA** : Campagnes / Grand public international
- **Australie-Évènement Presse avec Business France pour les Destinations Viti-Vinicoles** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Campagne Newsletter Grand Public - Pays-Bas** : Campagnes / Grand public international
- **Emission de TV Grand Public - Chicks Love Food - Pays-Bas** : Campagnes / Grand public français
- **Emission de TV Grand Public - Campingtijd - Pays-Bas** : Campagnes / Grand public français

- **Ciné-tourisme (K-Drama, cinéma, télé-réalité)** : Campagnes / Grand public international
- **Campagne presse grand public** : Campagnes / Grand public international
- **Campagne destination B2C Autriche** : Campagnes / Grand public international
- **Campagne digitale Explora Francia 2025 - Mexique** : Campagnes / Grand public international, Professionnels internationaux
- **Evénementiel #FrenchChic en partenariat avec des cartes de crédit** : Evénement grand public / Grand public international, Médias internationaux
- **CAMPAGNE D'INFLUENCE - PAYS DU GOLFE** : Campagnes / Grand public international
- **Australie-Webinar de formation agents de voyage B2B** : Formations / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Magazine numérique B2b** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **CANADA : Conférence de presse ou démarchage presse** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Accueil Influenceurs « Gastronomie & Œnotourisme »** : Rencontres médias / Médias internationaux, Grand public international
- **CANADA : Mission B2B à la demande** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Japon - Cyclotourisme : Accueil de Presse** : Rencontres médias / Grand public international, Médias internationaux
- **Campagne FRANÇA on the road** : Campagnes / Grand public international, Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Japon - Voyages de noces : campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Cyclotourisme : Influenceur & Campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Hong Kong French GourMay : La Destination** : Salons / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Magazine Explore France 2025 Allemagne - Autriche - Suisse** : Communication B2B / Grand public international
- **Australie-Diner VIP chambre de commerce MICE Melbourne** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Reportage télévisé à la télévision polonaise** : Campagnes / Grand public international
- **Australie-Activation Btoc & Presse Brisbane French Festival** : Evénement grand public / Grand public international
- **Etats-Unis Oenotourisme: A Taste of France a New York B2B B2C** : Evénement grand public / Grand public international
- **Australie-Workshop B2B Digital France** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Workshop France en Allemagne** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

ETATS-UNIS: E-NEWSLETTER DÉDIÉE B2B LOISIR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Shopping, Slow tourisme , Vélotourisme, Œnotourisme

Promotion et mise en valeur de votre produit/service/destination auprès de la base de données B2B loisirs d'Atout France USA : Tours opérateurs et agences de voyage appartenant à des réseaux prestigieux tels que Virtuoso, Signature, Ensemble et Internova, intéressés par des thématiques telles que : culture, histoire et patrimoine, art de vivre, gastronomie, shopping.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

E-newsletter dédiée à votre offre, ou insertion d'un article dans la e-newsletter b2b loisir, envoyé à plus de 40,000 contacts professionnels cible LOISIRS sur le marché USA (tour-opérateurs, agences de voyages, professionnels du tourisme).

Un post Linkedin sur la page Linkedin corporate Atout France USA

Indicateur de performance :
taux d'ouverture en moyenne de 35%
taux de clic de 5%

Profil visiteur :
Professionnels du tourisme cible LOISIRS sur le marché USA (tour-opérateurs, agences de voyages, professionnels du tourisme).

Visiteur attendu :
40,000 contacts

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

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

WEBINAIRE + SPONSORING "PLATEFORME DE FORMATION EN LIGNE"

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Transport, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Travel Tech, Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Ce package vous offre une visibilité de 30 jours sur notre plateforme de formation en ligne "France Connaisseur", dédiée aux agents de voyages et tour-opérateurs Canadiens. Votre marque sera présente dans l'ensemble de l'écosystème de la plateforme de formation : email de bienvenue, notifications et relances, vidéo tutoriel.

Lors de ce mois de visibilité, bénéficiez d'un webinaire en 2 sessions (FR/EN) de 45min à 1h pour prendre la parole devant les agents connectés pour promouvoir vos offres et votre territoire !

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :
Période à choisir : 30 jours de visibilité sur "France Connaisseur" renforcée par un webinaire B2B en deux sessions (francophone et anglophone) durant l'activation.

Profil visiteur :
Professionnels du voyage sur le marché canadien francophone et anglophone : agents de voyages, tour-opérateurs, transporteurs.

Nombre de participants attendus aux webinaires	50 à 150
Nombre d'apprenants sur "France Connaisseur"	588

Guimas - Edouard edouard.guimas@atout-france.fr
Marine Almeras marine.almeras@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS: WEBINAIRE THÉMATIQUE B2B LOISIR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Formations, Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Shopping, Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Format
Un Webinaire de 45 minutes sur la plateforme ZOOM d'Atout France USA

Les intervenants : jusqu'à 3 professionnels du tourismes français

La cible : entre 80 et 150 Agents de voyage et Tour-Opérateurs appartenant à des réseaux tels que Virtuoso, Signature, Ensemble, Internova ou spécialistes du voyage haut de gamme, Golf, Ski, Croisières, Culture, Nature, Vin, Gastronomie…

Le déroulé :
o 5 minutes : Introduction par Atout France USA
o 30 minutes : Présentations partagées entre les différents intervenants
o 10 minutes : Questions et réponses

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et Privés [Hôteliers, agences réceptives, etc.…]

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3 par webinar

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Présentation en direct de 20 à 30 minutes sur PowerPoint ,suivi de 10 minutes de questions et réponses.
Atout France USA vous accompagne pendant la présentation et anime la session de questions/réponses

Profil visiteur :
Agents de voyage et Tour-Opérateurs appartenant à des
réseaux tels que Virtuoso, Signature, Ensemble, Internova ou spécialistes du voyage
haut de gamme, Golf, Ski, Croisières, Culture, Nature, Vin, Gastronomie…

Visiteur attendu :
de 80 à 150 Participants live, et jusque 250 à 300 inscrits au total

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

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

ÉTATS-UNIS AMERICAN CREATORS TRAVEL WEEK IN FRANCE - CAMPAGNE D'INFLUENCE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes, Formations

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Outre-mer , Shopping, Ville, Œnotourisme

Maximisez votre visibilité avec le Creators Week et positionnez votre destination en tête des préférences des millennials afro-américains. La Black Travel Alliance s'associe avec Atout France pour créer du contenu sur mesure et des supports marketing impactants. Ne manquez pas cette opportunité unique de capter l'attention et fidéliser une nouvelle clientèle !

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Regions, CRT, Attractions, Activités, Marques privées

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Conférence/Workshop/Eductours dédié à la création de contenus en France adaptés à la clientète afro-américaine

Indicateur de performance :
Les voyageurs afro -américains ont 70 % de probabilité en plus de se rendre dans des destinations et d'acheter auprès de marques où ils se voient reflétés.

Profil visiteur :
Millennial,afro-américains créateurs de contenu/infleunceurs

Visiteur attendu :
4 à 5

Media / Support :
Réseaux sociaux (Facebook, Insta, Twitter, Tik Tok, Youtube) / Blog, articles et videos -Campagnes de social et "native ads "pour la promotion des contenus

Elisabeth - Erika erika.elisabeth@atout-france.fr

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

CAMPAGNE DIGITALE DE NOTORIÉTÉ ET/OU TRAFIC

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Espaces et filières : Slow tourisme , Tourisme durable , Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Littoral , Montagne, Œnotourisme

Campagne de notoriété digitale via des formats divers : spot vidéo, bannière, native ads, social ads avec achat d´audience très ciblée impactée sur des sites divers.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT - CDT - Offices de tourisme - Agences d´attractivité - Privés

FORMAT

Format de l'opération :

- Possibilité de création de microsite sur france.fr ou site du partenaire.
- Création de formats publicitaires (spots vidéo, bannières, native ads, posts/reels/stories FB/IG...)
- Plan média pour campagne programmatique: achat d´audience ciblée
- Plan média pour campagne réseaux sociaux
- **Nouveauté: Action TV à la demande (Streaming) sur des chaînes régionales (au choix selon la cible à toucher) avec création de spot inclu créé sur la base de rushes du partenaire.**

Indicateur de performance :
Impressions, Visites à la web (lorsque le contenu dirige vers france.fr), spots vus, spots vus 100%, vidéos views, vidéos views 100% clicks, CTR, CPC, CPV,

Media / Support :
Sites externes (quotidiens, revues voyages, lifestyle, TV à la demande (streaming), programmatique, etc....) - Réseaux sociaux

Reseau social :
MARCHÉ ESPAGNE

ROMERO - Marie-José marie-jose.romero@atout-france.fr

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

JAPON - ŒNOTOURISME DURABLE : SÉMINAIRE B2B

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B, Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Œnotourisme

Le Japon demeure une priorité forte pour l'exportation des vins français et l'œnotourisme y constitue une thématique majeure pour inciter au départ la clientèle des repeaters, essentielle dans la phase de reprise des flux. Cette action, intégrant un séminaire B2B et une dégustation, capitalise sur l'importance de ce sujet mais en l'orientant vers l'expertise française en matière de viticulture durable (biodynamique, agriculture naturelle, etc.) pour répondre également à une prise de conscience croissante chez les

Japonais de l'importance du développement durable.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toutes les destinations ayant une offre oenotouristique

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
- **Présentation** directement par Atout France après un travail de préparation (éléments fournis par le partenaire) puis dégustation commentée des vins.

- 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

- Jour J :
  - Atout France au Japon réalise la présentation (avec ou sans prise de parole du partenaire, selon ses préférences)

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

Indicateur de performance :
Nombre de contacts

Profil visiteur :
Agences de voyage qui travaillent l'œnotourisme, spécialistes de la France.

Visiteur attendu :
30

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

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

FORMATION OENOTOURISME POUR LES PROS INDIENS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Formations
Espaces et filières : Œnotourisme

Cours en ligne pour les amateurs de vin, niveau débutant, sur les régions viticoles françaises animé par Mme Sonal Holland – la seule MW (Master of Wine) en Inde

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, Privés [Hôteliers, les OTs, Les CRT, des monuments, des attractions, shopping…]

Nombre de partenaires souhaités :
5 partenaires au minimum

FORMAT

Format de l'opération :
Cours en ligne hébergé sur le site www.sonalhollandwineacademy.com. Le cours donnera un aperçu des régions viticoles françaises, du terroir, des cépages, des styles, des producteurs emblématiques et des lieux incontournables à visiter dans ces régions. Il couvrira les principales régions de Bordeaux, de Bourgogne, du Beaujolais, de la vallée du Rhône, de la Loire, de l'Alsace, du Sud de la France, de la Champagne et l'Occitanie. Le cours en ligne offre aux participants la possibilité de se familiariser avec le vin, les régions et les destinations vignobles à leur convenance et à leur rythme.

Indicateur de performance :
Nombre d'inscriptions
Nombre de diplômés
Visibilité sur les réseaux sociaux

Kothi - Pusha Pusha.Kothi@atout-france.fr

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

HONG KONG - SOIRÉE FRENCH ART DE VIVRE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe

Campagne ma France, Coup de Coeur !
Soirée VIP dédiée à l'art de vivre et aux savoir-faire français dans les domaines de la gastronomie, l'œnotourisme, de l'hôtellerie, du bien-être et des services.
Cette opération s'appuie sur un partenariat de marque ou média et permet une valorisation de l'offre de luxe auprès d'une clientèle à haut pouvoir d'achat tout au long d'une soirée ponctuée d'animations.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (CRT, CDT, OT), entreprise privée (Hotels, shopping, transport, entreprises savoir-faire, musée, cabaret, oenotourisme, croisières ...)

Nombre de partenaires souhaités :
min 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Soirée networking dans un lieu de prestige permettant une disposition d'espaces dédiés à chaque partenaire. Des animations autour de l'art de vivre et des savoir-faire seront organisées pour les marques et les partenaires ex : chef renommé, atelier de live-cooking, atelier de parfum, wine tasting, démonstration d'art floral, cours d'étiquette, ...

Profil visiteur :
Clientèle à forte contribution, influenceurs, CSP++

Visiteur attendu :
15-20 VIP (en fonction du format)

Albert Truong albert.truong@atout-france.fr

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

DÉMARCHAGE B2B - MOYEN-ORIENT & TURQUIE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Transport, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Shopping, Ville

Démarchage personnalisé incluant un accompagnement Atout France optionnel, dans les principales villes de la region Moyen-Orient et Turquie.
L'objectif est de tisser un lien fort avec les professionnels du tourisme de la region afin d'accroître la présence de la France dans leur programmation.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
1 a 4 partenaires par demarchage

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
5 RDV par jour | Demarchage de 2 a 3 jours maximum par ville

Profil visiteur :
Tour-opérateurs, agences de voyage et agences MICE

Visiteur attendu :
5 agences par jour

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

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

CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE FIT AVEC KOLS ET OTA

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Transport, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Shopping, Ville

Campagne de promotion digitale afin de promouvoir vos offres spéciales auprès des clientèles FIT sud-coréennes. Atout France Corée du Sud crée une landing page dédiée aux partenaires sur France.fr/ko et relaie l'information en recrutant des KOL influents et pertinents qui ont d'importantes réputations et une très forte influence sur Naver Blog (le réseau social incontournable du marché coréen pour le secteur du tourisme) ainsi que sur Instagram. Possibilité d'accompagner des achats médias via des canaux des OTA, GDN et Instagram AD.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Entreprise privée (Hôtels, location de voiture, transport, musée, cabaret, visites de sites, croisières, grands magasins ...)

FORMAT

Format de l'opération :

- Création d'une landing page dédiée aux partenaires sur le site web Atout France Corée présentant les offres spéciales et e-coupons.
- Rédaction et publication des posts de promotion en collaboration avec des KOL influents axés sur le voyage / lifestyle / gastronomie / mode, etc.
- Envoi d'une e-newsletter aux abonnés Grand Public.
- Achats médias
- **Thématique :** Shopping, Divertissement, Culture et événements

Indicateur de performance :
Nombre de visites et pages vues

Profil visiteur :
Millenials, DINKs (jeunes couples et séniors actifs), Jeunes couples sans enfants

Media / Support :
Canaux KOL : Naver Blog, Instagram, Youtube
/Canaux Atout France Corée du Sud : France.fr, Facebook, Naver Blog, E-newsletter
/Canaux OTA
/Canaux Communautés coréennes en France

Park - Seonju seonju.park@atout-france.fr

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

AUSTRALIE-CAMPAGNE DIGITALE BTOB DISTRIBUTION GRANDS GROUPES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Luxe, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Campagne digitale vers les agents de voyages du réseau Infinity en Australie, grand grossiste / wholesaler, appartenant au groupe Flight Centre, avec mise en avant de produit d'une destination et boost des ventes.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret

Nombre de partenaires souhaités :
1 a 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne en ligne vers les agents de voyages du réseau Infinity en Australie, avec création d'une landing page avec des produits clefs en main d'une destination, et promotion de cette campagne via les outils de communication du groupe d'agents de voyage et les outils de communication Atout France (enewsletters).

Indicateur de performance :

Impressions et taux d'ouverture

ROI/ Ventes

Profil visiteur :
Agents de voyage

Visiteur attendu :
50

Media / Support :
Outils de communication de du grand groupe d'agents de voyage et des canaux Atout France vers les professionnels

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

CAMPAGNE DE CONVERSION/VENTES TO PAYS NORDIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Transport, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Montagne, Outre-mer , Tourisme durable , Ville

Campagne de conversion/ventes avec un TO avec publication de contenus promotionnels et mise en avant des offres de votre destination vers les clients norvégiens, suédois et danois avec l'un des grands réseaux d'agences de voyages ou grosse OTA dans les pays nordiques.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
Action individuelle

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Production et création d'offres dédiés à la destination sur le réseau du TO.

Profil visiteur :
Grand public

Media / Support :
TO scandinave

BOISLÈVE - Mélanie melanie.boisleve@atout-france.fr

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

TOURNÉE AARHUS/GÖTEBORG - PAYS NORDIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Evènement/workshop dans les deux villes secondaires de 2 pays Scandinaves avec un fort potentiel pour le tourisme vers la France : Aarhus au Danemark et Göteborg en Suède. Workshop en présentiel, organisé autour d'un déjeuner avec des rendez-vous non programmés pour les professionnels du tourisme loisirs des pays nordiques

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
4 à 6

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
2 workshops avec présentation des destinations partenaires suivi de RDVs individuels non-programmés

Profil visiteur :
TO, MICE, Agence de voyages

Visiteur attendu :
12 à 15 par ville

Media / Support :
Invitation électronique avec profil individuel avec des liens directs vers vos sites web respectives.
Campagne de Posts dédiés sur le compte LinkedIn Atout-France

STEFANI - Marie marie.stefani@atout-france.fr

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

PARTENARIAT AVEC L'APPLICATION KOMOOT - PAYS-BAS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public français

Espaces et filières : Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Outre-mer , Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Komoot est une application de planification et d’inspiration d’itinéraires outdoors avec plus de 40 millions d’utilisateurs. Elle est la numéro 2 mondial des applications et la première communauté européenne autour de l’outdoor.

Grace a Komoot, les amateurs d’activités de plein air peuvent trouver, planifier puis partager leurs aventures en pleine nature. Des millions d’amoureux de la nature ont un profil Komoot.
Ils y cherchent l’inspiration pour leur prochain parcours à vélo ou leur randonnée, qu’ils soient débutants ou experts dans leur pratique sportive.

Aux Pays-Bas, l’application compte près d’1,8 millions d’utilisateurs.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels ou prives, ciblant la clientele neerlandaise (famille,couples)

FORMAT

Format de l'opération :
- Sélectionnez votre groupe cible (Randonneurs, Adeptes de VTT, Amateurs de balades à vélo, cyclistes sur route, Coureurs)
- Création d’un compte partenaire pour construire votre présence sur Komoot
- Créez des collections incluant vos itinéraires iconiques (vélo ou rando)
- Suivez la performance de vos campagnes et connaissez précisément l’activité de nos utilisateurs dans votre région
- Intégrez vos itinéraires sur votre site-web, partager des codes-promos régionaux redirigeant directement sur votre site-web
- Après la période de publicité, la Collection continue d’être affichée grâce à une portée organique gratuite.

Indicateur de performance :
- Nombre de collections crées
- Nombre de vues
- Nombre de clics
- Cout par clic
- Engagement généré

Media / Support :
Application

DUCHENE - Nolwenn nolwenn.duchene@atout-france.fr

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

FRANCE MEDIA PACK ALLEMAGNE, AUTRICHE, SUISSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Communication auprès du grand public allemand, autrichien et suisse via l'écosystème d'Explore France (newsletter B2C & réseaux sociaux)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
action individuelle

FORMAT

Format de l'opération :
Nous vous proposons une communication "à la carte" selon le plan de publication de notre **E-Newsletter** envoyée 10 fois par an à 29 400 abonnés en Allemagne, Autriche et Suisse (public germanophone et francophone), qui intègre selon le forfait proposé un achat d'espace sur les réseaux sociaux à partir de notre compte Atout France (Facebook et Instagram).

Package 1 - Basic: € 1.800

- Intégration d'une **publicité dans la newsletter B2C adressée à nos abonnés allemands, autrichiens et suisses** (en allemand et en français pour cette dernière) sous forme de combinaison texte/visuel (courte introduction à la thématique + bouton CTA), avec une redirection directe vers le site web de votre choix (par exemple, la page d'un événement ou une rubrique dédiée à une thématique sur votre site).
  Votre avantage/nos KPIs:
  - **environ 29 400 contacts francophiles exposés à vos messages**
  - **taux d'ouverture moyen (sur zone): 33%**
  - **taux de clics moyen (sur zone): 12%**

Package 2 - Avancé: € 2.700

- Intégration d'une publicité dans la newsletter B2C Allemagne, Autriche, Suisse comme présenté dans "Package 1 - basic".
- Publication d'un **post dédié sur la page Facebook Explore France pour les marchés germanophones** (+Suisse FR), optimisé sur **l'engagement**. Ce tarif comprend un forfait de € 400/marché pour le sponsoring du contenu, afin de toucher un public élargi selon vos critères de ciblage.
  Votre avantage/nos KPIs:
  - **News: plus de 28.000 contacts francophiles exposés à vos messages**
  - **News: taux d'ouverture moyen (sur zone): 33%**
  - **News: taux de clics moyen (sur zone): 12%**
  - **Post FB (focus engagement): 8.000 - 24.000 engagements** (projection suite à l'analyse de précédentes campagnes)

L'équipe rédactionnelle d'Atout France prévoit l'envoi de **10 newsletters B2C sur l'année 2025, dont 5 newsletters dédiées à une thématique précise**:

- janvier 2025: multi-thématique
- février 2025: city breaks
- mars 2025: slow tourisme/outdoor
- avril 2025: littoral/balnéaire
- mai 2025: multi-thématique
- juni 2025: multi-thématique
- septembre 2025: slow tourisme/gastronomie/oenologie
- octobre 2025: multi-thématique
- novembre 2025: multi-thématique

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

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

AUSTRALIE-CAMPAGNE DIGITALE BTOB TO & AGENCE DE VOYAGES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Grands évènements , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Campagne vers les agents de voyages, wholesalers et tour-operateurs en Australie, avec le soutien des federations professionnels des agents de voyage (ATIA) et/ ou des tour-operateurs (CATO)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret, agences receptives

Nombre de partenaires souhaités :
1 a 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Mise en avant de votre destination ou produit via les outils de communication des federations professionnelles du tourisme en Australie (ATIA et CATO) et les outils de communication d'Atout France, incluant une enewsletter, des postes sur les reaseaux sociaux professionnels et un blog post sur ATAS.

Indicateur de performance :
Impressions et taux d'ouverture
ROI/ Ventes

Profil visiteur :
Agents de voyages, tour-operateurs, wholesalers

Visiteur attendu :
50

Media / Support :
Outils de communication de CATO ou ATIA

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

AUSTRALIE-CAMPAGNE BTOB TRAVEL TRADE CONNECT

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Campagne en ligne avec le media Travel Trade Connect qui est une base de données de 900 agents de voyages indépendants en Australie.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret, agences receptives

Nombre de partenaires souhaités :
1 aa 5

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne en ligne sur le media Travel Trade connect avec une presence d'un article disponible aupres des 900 agents de voyage independants, incluant une ressource telechargeable.
La campagne inclut aussi un relais sur les outils de communication de Travel Trade Connect et Atout France

Indicateur de performance :
Impressions et visites de l'article
Prises de contacts avec les agents de voyage

Profil visiteur :
Agents de voyages, principalement independants

Visiteur attendu :
100 visites

Media / Support :
Site internet Travel Trade Connect

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

JAPON - ŒNOTOURISME : CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
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.

OBJECTIF

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

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

AUSTRALIE-CAMPAGNE DIGITALE PRODUITS AVEC UNE OTA

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Campagne de promotion digitale de conversion avec une OTA en Australie afin de promouvoir vos offres spéciales auprès des clientèles FIT Australiennes. Atout France Sydney fera un relais de la campagne sur le site France.fr .

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, offres shopping, hotels, transport

Nombre de partenaires souhaités :
1 a 4

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne digitale avec offres tactiques de séjour sur le site internet de l' OTA et relais avec une page de campagne sur france.fr.
Promotion via les outils de communication Atout France Australie/ Nouvelle-Zélande: e-newsletters, réseaux sociaux

Indicateur de performance :
Nombre d'impression, visites et pages vues.
Taux de conversion en vente

Profil visiteur :
FIT, CSP+, Familles, seniors, Millenials, amoureux de l'Europe et France

Visiteur attendu :
NA

Media / Support :
Outils de communication de l'OTA
Outils de communication Atout France Australie/ Nouvelle-Zélande: e-newsletters, réseaux sociaux

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr

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

AUSTRALIE-ÉVÈNEMENT PRESSE AVEC BUSINESS FRANCE POUR LES DESTINATIONS VITI-VINICOLES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Médias internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Œnotourisme

Participation a l'evenement Tastin' France avec Business France pour mettre en avant votre destination et produits viti-vinicoles aupres des médias australiens et Néo-zélandais.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, Prestataires Oenotourisme

Nombre de partenaires souhaités :
2 a 4

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Participation à l'événement Tastin' France avec Business France, visant à promouvoir les destinations et les produits vitivinicoles auprès de la presse et des influenceurs spécialisés en gastronomie, afin de générer des retombées médiatiques.

Indicateur de performance :

- **Nombre de participants :** Journalistes et influenceurs présents.
- **Couverture médiatique :** Nombre d'articles et mentions sur les réseaux sociaux.
- **Engagement social :** Interactions (likes, partages, commentaires).
- **Visibilité des marques :** Citations spécifiques des destinations et produits.
- **Leads générés :** Contacts établis pour collaborations futures.
- **Satisfaction des participants :** Feedback post-événement.
- **Retour sur investissement (ROI) :** Coût par retombée médiatique.
- **Conversions post-événement :** Augmentation des visites et demandes de reportages.

Profil visiteur :
Quotidiens, magazines, radio, TV, freelances, influenceurs

Visiteur attendu :
20 a 30

Media / Support :
Relais numerique via les réseaux Atout France et Business France
Communiqués de presse vers les journalistes et influenceurs

Almin - Sophie sophie.almin@atout-france.fr
Clara Demare clara.demare@atout-france.fr

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

CAMPAGNE NEWSLETTER GRAND PUBLIC - PAYS-BAS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Insertion dans la newsletter grand public mensuelle d'Atout France Pays-Bas, avec un lien vers votre site web.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels ou privés ciblant la clientèle néerlandaise (familles, couples)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Insertion dans notre newsletter mensuelle (édition de votre choix) ou la création d'une newsletter dédiée diffusée à nos 10.772 contacts abonnés.

• Lien de renvoi vers le dispositif France.fr ou le site de votre choix.
• Thématique de votre choix, par exemple :
- Que faire dans votre destination ?
- Les incontournables de votre destination
- Les ibalades natures autour de votre destination

Indicateur de performance :
- Taux de clics et nombre de clics sur l'insertion
- Taux d'ouverture moyen

Media / Support :
Newsletter

DEN BROEDER - Eva eva.den-broeder@atout-france.fr

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

EMISSION DE TV GRAND PUBLIC - CHICKS LOVE FOOD - PAYS-BAS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public français

Espaces et filières : Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Les influenceuses culinaires Nina et Elise, du blog culinaire le plus populaire des Pays-Bas Chickslovefood, partent à l'étranger pour découvrir les différentes spécialités gastronomiques, dans le nouveau programme de RTL4 ' Chickslovefood on tour'.

Chaque semaine, un nouveau pays, une région ou une ville occupe le devant de la scène. Nina et Elise recherchent des saveurs authentiques, goûtent les délices locaux et explorent les lieux emblématiques de la région.

Les blogueuses proposent un programme TV cross-média innovant notamment grâce à l'utilisation de QR codes. Dès la fin de l'épisode, le téléspectateur peut télécharger la brochure de voyage numérique sur leur blog.
L'objectif du voyage est simple : inspirer le téléspectateur avec des images mettant en avant la destination.

Le téléspectateur n'a pas besoin de chercher les meilleurs endroits pour se loger ou pour manger, tout est dans la brochure de voyage numérique. Au cours du voyage, elles trouvent de l'inspiration pour créer de nouvelles recettes simples à partir de produits locaux, leur spécialité.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels ou privés ciblant la clientèle néerlandaise (familles, couples)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Chaque émission dure 22 minutes + 3min de recette dans leur studio de cuisine aux Pays-Bas, au cours desquelles les blogueuses reproduisent une recette de la région, à la manière des 'Chicks' : avec seulement 5 ou 6 ingrédients et peu de temps.
Media package 1 :
Emission entière dédiée à votre destination
1 article de blog avec la brochure de voyage façon CLF télé chargeable

Media package 2 :
Emission entière dédiée à votre destination
4x contenus en ligne :

- 10x adresses culinaires incontournables de Saint-Martin sur le blog et les réseaux sociaux
- Brochure de voyage façon CLF téléchargeable sur le blog et partage sur les réseaux sociaux
- Réels sur Instagram et Tiktok
- Contenu au choix, par exemple partage d'un bon plan dans la région

Indicateur de performance :
- Nombre de téléspectateurs en prime time
- Nombre de téléspectateurs lors des rediffusions
- Nombre de téléchargement de la brochure

Media / Support :
Television

DUCHENE - Nolwenn nolwenn.duchene@atout-france.fr

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

EMISSION DE TV GRAND PUBLIC - CAMPINGTIJD - PAYS-BAS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public français

Espaces et filières : Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Accueillez les équipes de l'émission télévisée Campingtijd dédiée à l'hôtellerie de plein air, de la chaine RTL 4 (chaine privée leader aux Pays-Bas), pour un épisode consacré à votre destination. Lors de cet épisode, les présentateurs Sander ou Jessica découvre de 1 ou 2 campings de la destination et explore les lieux de visites incontournables dans les alentours.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels ou prives, ciblant la clientele néerlandaise (famille,couples)

FORMAT

Format de l'opération :
Une émission dédiée à votre destination. Chaque émission dure 22 minutes et est présentée par Sander ou Jessica. L'émission est diffusée en prime time le dimanche a 17h30 puis on compte en moyenne 6 rediffusions au cours de l'année.

Indicateur de performance :
- Nombre de telespectateurs en prime time
- Nombre de téléspectateurs lors des rediffusions

Media / Support :
Télévison

DUCHENE - Nolwenn nolwenn.duchene@atout-france.fr

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

CINÉ-TOURISME (K-DRAMA, CINÉMA, TÉLÉ-RÉALITÉ)

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Gastronomie , Golf, Littoral , Luxe, Œnotourisme

Le cinéma sud-coréen, en complément des K-dramas et des émissions télévisées, joue un rôle croissant dans la promotion touristique en Corée du Sud. Grâce à leur renommée internationale, ces films et séries offrent une vitrine exceptionnelle pour dévoiler des destinations françaises inédites. La popularité des films et séries sud-coréennes s'étend au-delà de l'Asie, touchant également le Moyen-Orient, l'Amérique du Sud, et même l'Europe, créant ainsi une opportunité unique de valoriser des lieux et des sites présentés lors des tournages de séries et/ou d'émissions.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (Comité Départemental du Tourisme du Tourisme, Comité Régional du Tourisme, Office de tourisme), entreprise privée (Hôtel, Restaurant, Musée, etc)

FORMAT

Format de l'opération :

- Proposition des sites de tournage au producteur du Cinéma ou d'une émission télé
- Aide au tournage sur place : autorisations de tournage, de parking, de filmer avec un drone, etc.
- Prise en charge des prestations de l'équipe du tournage : hôtels et/ou des restaurants
- Promotion online de la série, ou du film, de l'émission en présentant la destination sur les canaux Atout France Corée du Sud (création d'articles sur France.fr/ko, de posts sur Naver Blog et Facebook, envoi d'une e-newsletter Grand Public)
- Envoi d'un communiqué de presse concernant le tournage ainsi que la destination
- Thématiques : Tourisme Urbain, Gastronomie, Œnotourisme

Profil visiteur :
Grand public coréen et international, téléspectateurs des plateformes de streaming

CHUNG - Hye-won hye-won.chung@atout-france.fr

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

CAMPAGNE PRESSE GRAND PUBLIC

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Littoral , Montagne, Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Publi-rédactionnel dans un support de la presse écrite italienne au choix.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Publi-rédactionnels au choix:

- 1 pleine page dans le quotidien IL GIORNALE
- 2 pleines pages dans le quotidien IL GIORNO
- 1 pleine page dans le magazine DOVE

Indicateur de performance :
Tirage et diffusion des supports :

- Il Giornale, quotidien national avec rubrique dédiée au tourisme

Tirage : 70.000 ex ;
Lectorat : 63% hommes / 37% femmes.
Age : 25-64 ans. CSP+.

- Il Giorno, quotidien national

Tirage : 40.000 ex ; Lectorat : 60% hommes / 40% femmes.
Age : 25-65 ans. CSP+.

- Dove, magazine mensuel tourisme (groupe Corriere della Sera)

Tirage : 60.000 ex ; Lectorat : 53% femmes / 47% hommes.
Age : 25–54 ans. CSP+.

Media / Support :
Presse nationale et mensuels spécialisés tourisme.

Bonacina - Elisabetta elisabetta.bonacina@atout-france.fr

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

CAMPAGNE DESTINATION B2C AUTRICHE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Littoral , Tourisme durable , Ville, Œnotourisme

L'aspect durable d'un voyage est un facteur qui joue un role de plus en plus important au sein de la population autrichienne. Les voyageurs cherchent davantage des lieux peu connus et des activités insolites et privilégient des visites en aile de saison afin d'éviter le tourisme de masse.
Cette évolution représente une opportunité pour des destinations françaises moins connues sur le marché autrichien ainsi que pour des destinations phares cherchant à se positionner différemment en

mettant en valeur des offres de séjours en dehors des sentiers battus.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
principalement des destinations touristiques / possibilité de version « light » pour des hôtels ou parcs de loisirs

Nombre de partenaires souhaités :
à partir de 1 partenaire

FORMAT

Format de l'opération :
Mix média en ligne et réseaux sociaux en accord avec la ligne de communication, intégrant par exemple les thématiques Culture & événements, Gastronomie, Littoral, Oenotourisme. Nous vous recommandons de mettre l'accent sur la découverte d'une destination sous un angle original (offres novatrices, concepts originaux) et/ou promouvoir l'avant- ou l'arrière-saison.
Pour ce faire, nous sélectionnons **des réseaux premium d'éditeurs autrichiens** (quotidiens de qualité, plateformes de magazines féminins, plateformes voyages etc.), des supports dédiés à la thématique principale (focus nature active, gastronomie etc.) en complément des **publicités et posts organiques sur les réseaux sociaux**. Un **mailing dédié ciblant des contacts qualifiés** peut compléter les actions en ligne.
Possibilité d'intégrer au mix media un **accueil influenceur(s)** afin de **soutenir et augmenter la visibilité sur les réseaux sociaux**.

Indicateur de performance :
occasions de voir, clics, CTR, engagements sur RS

Profil visiteur :
DINKS, millennials, séniors actifs

Media / Support :
réseaux premium de portails web (quotidiens, plateformes féminins, plateformes gastronomie/oenologie, plateformes voyages)
réseaux sociaux: Facebook & Instagram, YouTube et/ou TikTok si matériel vidéo approprié disponible
influenceur(s): à établir selon la destination/thématique, nous disposons d'un pool d'influenceurs avec lequel nous travaillons régulièrement

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

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

CAMPAGNE DIGITALE EXPLORA FRANCIA 2025 - MEXIQUE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international, Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Montagne

Campagne digitale qui comprend:
- 1 webinaire de formation du BtoB (dates à choisir selon les disponibilités)
- 1 page dans notre catalogue d'itinéraires Explora Francia
- 1 publication sur nos réseaux sociaux Facebook et Twitter

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

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

EVÉNEMENTIEL #FRENCHCHIC EN PARTENARIAT AVEC DES CARTES DE CRÉDIT

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Evénement grand public, Rencontres médias

Public attendu : Grand public international, Médias internationaux

Espaces et filières : Gastronomie , Shopping, Œnotourisme

Evénementiel privé et exclusif haute contribution « #FrenchChic » se déroulera dans un lieu d'exception afin de renforcer la position de la France en tant que destination luxe auprès des clientèles haut de gamme titulaires des cartes de crédit et des influenceurs. Mise en avant de destinations ou établissements hôtes via des contenus audiovisuels, des animations diverses pendant l'événement (ex. défilé de mode, dégustation vin, atelier parfum, etc.)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (Comité Régional du Tourisme, Comité Départemental du Tourisme, Office de tourisme) et Partenaires privés

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3 partenaires

FORMAT

Format de l'opération :

- Evénement sous forme d´un déjeuner ou d'un dîner prestigieux
- Présentation de la destination ou de l'établissement, Projection des vidéos & photos, Animations sur mesure
- Suivi et gestion des retombées
- Thématiques : Mode, Gastronomie, œnotourisme

Profil visiteur :
Clientèles haut de gamme d'une société de cartes de crédit, Influenceurs

Visiteur attendu :
60 personnes (à préciser en fonction du budget souhaité)

CHUNG - Hye-won hye-won.chung@atout-france.fr

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

CAMPAGNE D'INFLUENCE - PAYS DU GOLFE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Montagne, Shopping, Ville

Boostez votre visibilite et devenez LA destination tendance des clienteles du Golfe pour la prochaine saison ! Atout France vous propose une campagne alliant la notoriete des influenceurs de la region combinee a la force de conversion des OTA ou agences de voyage locales. Un 2-en-1 qui vous permettra de vous dinstinguer et de capter de nouvelles clienteles.

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
2025 :
- Accueil influenceur
- Campagne reseaux sociaux
- Promotion du package via l'influenceur ou OTA/AGV
2026 :
- Publication "reminder"

Indicateur de performance :
Reach, publications et engagement
Nombre de reservations

Profil visiteur :
Influenceur voyage ou thematique

Media / Support :
- RS France.fr, influenceur et OTA/AGV
- Site France.fr et OTA/AGV

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

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

AUSTRALIE-WEBINAR DE FORMATION AGENTS DE VOYAGE B2B

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Formations

Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Luxe, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Webinar online pour former les agents de voyages sur des destinations spécifiques, les contrats de destination et les marques mondiales avec une présentation visuelle et interactive ainsi que sur sur la plateforme de formation e-learning, avec echanges et interactivite.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (CRT, CDT, OT), entreprise privée (Hotels, Location de voiture, transport, croisières ...)

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Séminaire Webinaire online et interactif de 45 minutes, réunissant un ou des spécialistes de chaque destination française

Indicateur de performance :
Nombre de participants
Taux de satisfaction
Taux de conversion et ROI des adhérents

Profil visiteur :
Agents de voyage, tour-opérateurs, MICE, influenceurs, corporate

Visiteur attendu :
50

Media / Support :
Presse professionnelle tourisme

Collas - Clelie clelie.collas@atout-france.fr

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

MAGAZINE NUMÉRIQUE B2B

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Vélotourisme, Œnotourisme

Magazine numérique sur demande ou notre édition spéciale "Explore France", les deux créés en coopération avec l'éditeur TRAVelMedia afin de mettre en avant les produits et nouveautés commerciales d'un ou plusieurs partenaires français (p.e. région, département, ville, chaîne d'hébergements, etc) auprès des professionnels néerlandais.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

- 1 partenaire sur demande qui prendra 9 pages + 1 couverture
- Minimum de 8 partenaires pour une édition 'Explore France' publié mi-avril, possible aussi en combinaison avec le workshop Explore France au prix préférentiel

Nombre de partenaires souhaités :
Institutionnels, hébergeurs, réceptifs, sites culturels, œnotourisme, prestataires activités (culturelles, gastronomiques, sportives etc), transporteurs

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Magazine numérique avec combinaison d'articles publi-rédactionnels et d'annonces publicitaires.
Envoyé aux 8.700 managers B2B et agents de voyages par TRAVelMedia et aux 1325 contacts B2B d'Atout France aux Pays-Bas

Indicateur de performance :

- Nombre de lecteurs par édition
- Taux d'ouverture des newsletters d'envoi
- Taux de clics vers vos liens

Media / Support :
Editeur TRAVelMedia spécialiste B2B dont TravMagazine.nl

Reseau social :
Atout France - Netherlands

Kramer - Jojanneke jojanneke.kramer@atout-france.fr

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

CANADA : CONFÉRENCE DE PRESSE OU DÉMARCHAGE PRESSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres médias

Public attendu : Médias internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Grands évènements , Montagne, Outre-mer , Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Travel Tech, Vélotourisme

Présentation par une destination (région, ville, etc.) ou par un partenaire privé (hôteliers, compagnies de transports, etc.) de ses actualités et nouveautés auprès de médias d’une ou plusieurs villes canadiennes

choisies.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels ou privés

Nombre de partenaires souhaités :
Action individuelle ; voir Tournée médiatique pour opération fédérée

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Conférence de Presse

- Présentation du partenaire, de ses nouveautés, de ses produits et services
- Networking avec les journalistes et créateurs de contenus (remise du Dossier de Presse au travers d'un code QR)

OU encore rendez-vous individuels avec les médias dans un lieu fixe (ex?: bureau Atout France, hôtel, restaurant)?: 6 à 7 rendez-vous par jour

Indicateur de performance :

- Demandes de soutien ou retombées Presse à la suite de l'événement
- CVP (contre-valeur publicitaire) lorsque disponible et audience
- Visibilité de la destination/produit dans le marché (non quantitatif)
- Nombre de journalistes et créateurs présents aux événements

Profil visiteur :
Quotidiens, magazines, radio, Télé, guides touristiques et médias sociaux / d'influence.

Visiteur attendu :
Minimum 6 médias, maximum 35

Media / Support :
Tous types, selon l'intérêt du client et la thématique sous-jacente

Carole Larocque carole.larocque@atout-france.fr
Mélanie Paul'Hus melanie.paul-hus@atout-france.fr

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

ACCUEIL INFLUENCEURS « GASTRONOMIE & ŒNOTOURISME »

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Médias internationaux, Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Œnotourisme

Accueil influenceurs afin de renforcer la connaissance ou faire connaître les destinations françaises propices à la gastronomie et l'œnotourisme auprès des Sud-coréens. Donner envie en créant des contenus qualitatifs adaptés au marché coréen. Les contenus créés pourront également servir pour le magazine haut de gamme « Explore France, Le Mag, Le Luxe » 2025, dont les thèmes gastronomie et vin seront à l'honneur. Possibilité de collaborer avec Air France et Rail Europe pour les transports.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels (Comité Départemental du Tourisme du Tourisme, Comité Régional du Tourisme, Office de tourisme)

FORMAT

Format de l'opération :

- Accueil de 3 à 4 influenceurs et 1 accompagnateur Atout France
- Choix et recrutement des supports invités, Préparation et traduction du dossier, Réservation et gestion des billets d'avion, Réunion de préparation avec les participants, Assistance durant tout le voyage (back2back), Remise des données pour l'écriture du/des articles aux participants, Suivi et gestion des retombées, Remise d'un clipping complet avec la contre-valeur publicitaire
- Thématiques : Œnotourisme / Gastronomie, Slow Tourisme, Tourisme Durable

Profil visiteur :
DINKs (jeunes couples et séniors actifs), Jeunes couples sans enfants

Park - Seonju seonju.park@atout-france.fr

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

CANADA : MISSION B2B À LA DEMANDE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Grands évènements , Montagne, Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Ville

Promotion de votre offre et networking auprès des tours opérateurs et agences de voyage des villes émettrices canadiennes principales (Montréal, Toronto, Vancouver) ou en progression (Québec, Ottawa, Laval, Halifax, Victoria, Edmonton, Winnipeg) lors d'événements de formation touchant les professionnels loisirs. Thèmes recommandés : culture/mémoire, histoire et patrimoine, art de vivre, gastronomie, sport et plein air.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 15

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Petit-déjeuner, brunch, déjeuner, cocktail networking

Profil visiteur :
Conseillers en voyage, membres de réseaux, affiliés, VIP et médias trade

Visiteur attendu :
Entre 30 et 50, selon le budget du client

Marine Almeras marine.almeras@atout-france.fr

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

JAPON - CYCLOTOURISME : ACCUEIL DE PRESSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres médias

Public attendu : Grand public international, Médias internationaux

Espaces et filières : Vélotourisme, Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Tourisme durable , Slow tourisme

Pour cette opération, un média familier à des activités outdoor ou à vélo sera envoyé en France dans le but de produire un article.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toute destination mettant en valeur le cyclotourisme

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

1. **Atout France sélectionne un média**
   (un magazine d'activité Out-Door ou à vélo)?
2. **La rédaction enverra une équipe éditoriale**
   composée de 3 pax (un journaliste, un photographe et un accompagnant-interprète Atout France) ?
3. **L'équipe parcourra**

   la plus belle partie de
   l'itinéraire cyclable
   choisi par la destination-partenaire (3 nuits environ par destination)?
4. **Production d'un article**
   au retour

Indicateur de performance :
Contre-Valeur Publicitaire des publications

Profil visiteur :
Journalistes de médias spécialisés dans la thématique

Visiteur attendu :
2 minimum

Media / Support :
Projet : Bicycle Club, Jitensha Biyori, Cycle Sports.

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

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

CAMPAGNE FRANÇA ON THE ROAD

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international, Médias internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville

Campagne digitale sur la thématique du tourisme durable visant a promouvoir les offres durables et de qualité, adaptées aux attentes des voyageurs, sensibiliser les voyageurs vers la transition écologique, inspirer et susciter l'envie de voyager en voiture, en liberté, pour des destinations et des itinéraires moins connus en France. Une expérience de voyage filmée pour la création de contenu en France aura lieu en amont..

OBJECTIF

PARTENAIRES

Nombre de partenaires souhaités :
Insitutionnels et privés

FORMAT

Format de l'opération :
La campagne sera précédée d'un voyage du créateur de contenu vers la destination, afin qu'il puisse vivre une expérience immersive complète sur le thème du tourisme durable.
Le contenu produit fera ensuite partie d'un plan média pour la campagne, promouvant les partenaires, les produits et les territoires impliqués.
Supports médias Atout France :
- Site France.fr : landing page et diaporama dans la home page
- posts Facebook GP (577.779 fans - Oct/2024)
- E-newsletters PRO e PRESSE
- 1 Communiqué de presse
- 1 publi-rédactionnel print sur un quotidiens ou magazine brésilienne

Indicateur de performance :
1. Trafic du site Web :
- Nombre de visiteurs uniques sur la landing page de la campagne hébergée sur France.fr en portugais

2. Engagement sur les réseaux sociaux :
- Nombre d'interactions (likes, partages et commentaires) sur les publications
- Croissance du nombre d'abonnés/followers
- Taux d'engagement global

3. Suivi du trafic en provenance des moteurs de recherche :
- Classement dans les résultats de recherche (positions clés)
- Trafic organique généré

4. Analyse du contenu :
- Performance des articles, des vidéos et des autres contenus créés

5. Analyse des campagnes publicitaires :
- Performances des annonces (coût par clic, taux de conversion)

6. Évaluation des relations publiques :
- Nombre de couvertures médiatiques et articles écrits sur la campagne
- CVP
- Mesure de l'impact médiatique (audience atteinte)

Pesinato - Izabèle izabele.pesinato@atout-france.fr

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

JAPON - VOYAGES DE NOCES : CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Œnotourisme , Shopping

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.

OBJECTIF

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.
- Le couple sera suivi par un membre de l'équipe d'Atout France afin de créer un 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.

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires, nombre de vues de la vidéo.

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

Visiteur attendu :
3

Media / Support :
Communication par le jeune couple sur leurs réseaux sociaux et sur ceux d'Atout France au Japon

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 91 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - CYCLOTOURISME : INFLUENCEUR & CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Tourisme durable , Vélotourisme, Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Slow tourisme

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.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toutes destinations proposant une offre cyclotourisme

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
1. **Accueil** de l'influenceur + 1 accompagnant Atout France

2. Une
campagne en ligne
composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une newsletter et d'un plan d'achat d'espaces pour renforcer la visibilité.

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires

Profil visiteur :
Public général, plutôt jeune, aimant le cyclotourisme et le voyage

Media / Support :
Communautés de l'influenceur et d'Atout France au Japon

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 91 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

HONG KONG FRENCH GOURMAY : LA DESTINATION

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Salons
Public attendu : Médias internationaux, Professionnels internationaux
Espaces et filières : Gastronomie

French May Arts Festival est le plus important festival d'Asie mettant en sce?ne l'art et la culture franc?aise avec plus d'un million de visiteurs chaque anne?e. La France est mise a? l'honneur pendant tout le mois de mai.
French GourMay Food & Wine Festival est le festival de la gastronomie franc?aise a? Hong Kong et Macao. Cre?e? en 2009 par le bureau Business France de Hong Kong, il s'agit de l'extension gastronomique du French May.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnel (régions), privé (en relation avec l'œnologie ou la gastronomie)

Nombre de partenaires souhaités :
1 ou plusieurs partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Organisation d'un stand sur les marche?s du French GourMay pour faire la promotion de la destination. Pre?paration d'un communique? de presse et organisation d'un repas avec les TO.

Albert Truong albert.truong@atout-france.fr

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

MAGAZINE EXPLORE FRANCE 2025 ALLEMAGNE - AUTRICHE - SUISSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Montagne, Vélotourisme

Le magazine Explore France est un magazine inspirationnel diffusé en allemand sur les marchés allemand, autrichien et suisse.
En 2025, l'accent sera mis sur les destinations Montagne, le développement des offres vélotourisme, sans oublier les indétournables sujets gastronomie, culture et art de vivre, toujours très attendus de nos lecteurs.

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Visibilité une ou plusieurs pages
Insertion publicitaire ou publirédactionnelle

Indicateur de performance :
Impressions

Media / Support :
https://fr.zone-secure.net/239559/2136468/#page=1

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

AUSTRALIE-DINER VIP CHAMBRE DE COMMERCE MICE MELBOURNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Grands évènements , Luxe, MICE

Evénementiel corporate en présentiel pour la promotion d'une destination ciblant les clientèles à haute contribution et le MICE.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret

Nombre de partenaires souhaités :
1

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Participation a la soiree de la Chambre de Commerce Francaise lors d'une soirée d'Elégance pour promouvoir une destination vers une cible de corporate, MICE, et clients a forte contribution, aupres de\'environs 200 invités.

Indicateur de performance :
Nombre de participants
Taux de satisfaction
Programmation de la France aupres du MICE
Ventes post-événement

Profil visiteur :
MICE, Corpoarte, entreprises Australiennes et Francaises, journalistes

Visiteur attendu :
Env. 200

Media / Support :
Support presse professionnelle, invitation pdf et relais digital sur fichier Atout France, partenaires, réseaux agences de voyages et corporate

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

REPORTAGE TÉLÉVISÉ À LA TÉLÉVISION POLONAISE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Mise en avant dans un reportage lors du "Télématin" de la chaine polonaise TVN.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Régions, départements, villes

Nombre de partenaires souhaités :
1

FORMAT

Lieu :

Indicateur de performance :
Audience

Visiteur attendu :
4

Media / Support :
Chaine TVN

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

AUSTRALIE-ACTIVATION BTOC & PRESSE BRISBANE FRENCH FESTIVAL

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Evénement grand public
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie

Participation en tant que Sponsor au Brisbane French Festival à Brisbane, un des principaux bassins émetteur vers la France, vers un public Famille CSP+, tres francophiles.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations, Regions et Office de Tourisme, Parc d'attractions, Hôtels, transporteurs, shopping, Musées, sites et monuments

Nombre de partenaires souhaités :
1

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Rencontre presse et tour-opérateurs sur le festival (env. 20 invités)
- Sponsoring du festival avec visibilité sur écran et collatéraux, communication des organisateurs
- Campagne sur l'écosystème digital du Festival (RS, website, Emailing etc.)
- Temps de parole sur scène
- Stand du partenaire sur le festival "Instagram Booth"

Indicateur de performance :
Nombre de visiteurs
Conversion sejour
Remcontres pro

Profil visiteur :
Grand public famille, média et tour-opérateurs/ agences de voyage

Visiteur attendu :
20.000 visiteurs et 20 professionnels du tourisme TO, agents de voyage et presse

Media / Support :
Ecosystème digital du Festival (RS, website, Emailing etc.) et Atout France

Reseau social :
https://lefestival.com.au/

Collas - Clelie clelie.collas@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS OENOTOURISME: A TASTE OF FRANCE A NEW YORK B2B B2C

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous : Evénement grand public
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Gastronomie , Œnotourisme

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.

OBJECTIF

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

FORMAT

Lieu :

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.

Indicateur 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

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

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

Media / 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

AUSTRALIE-WORKSHOP B2B DIGITAL FRANCE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Grands évènements , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Le Workshop Digital France en Australie, The Beauties of France, est une opération en ligne du 08 au 12 septembre 2025, sans nécessité de se déplacer, avec un workshop inversé avec les Tour-opérateurs et concepteurs de voyage Australiens et Néo-Zélandais et un webinaire agents de voyage vers les Australiens et Néo-Zélandais.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret, agences réceptives

Nombre de partenaires souhaités :
5 a 10

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
1. **Webinaire Agents:** présentez votre offre lors d'un webinaire passionnant
animé par une experte des webinaires et une des membres d'Atout France
Australie.
2. **Sessions de rendez-vous d'affaires individuels :** rencontrez les Tour
Opérateurs, chefs de produits et les acheteurs lors de rendez-vous
individuels en ligne. Échangez sur vos besoins spécifiques, explorez de
nouvelles collaborations et élargissez votre réseau professionnel.
3. **Présentation de marché :** découvrez les tendances, les besoins du marché
et les clés de réussite pour vos échanges commerciaux.

Indicateur de performance :
Nombre de contacts
ROI/ Ventes

Profil visiteur :
Tour-operateurs, grossistes et agents de voyage

Visiteur attendu :
20 tour-operateurs et 80 agents de voyage

Media / Support :
Outils de communication professionnels Atout France, Presse professionnelle

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

WORKSHOP FRANCE EN ALLEMAGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

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

OBJECTIF

PARTENAIRES

Nombre de partenaires souhaités :
30

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Combinaison de rencontres professionnels et de découvertes

Indicateur de performance :
Nombre de rendez-vous

Profil visiteur :
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