



Plan d'actions Etats-Unis

Optimiser le potentiel de séduction de la destination Outre Atlantique

2023 s'illustre par un taux (23%) de départ en vacances à l'international record des Américains. Dans ce paysage, l'Europe occupe une place de choix captant 20% des départs. La France en particulier s'établit dans le top des destinations des Américains à l'international et comme la 2ème en Union européenne.

Chiffres clés

4,8 millions d'arrivées en 2022	6,2 milliards d'euros de recettes en 2023	2ème destination européenne
---	--	---------------------------------------

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 338 millions habitants
 - Taux de croissance en 2022 : +2.1 %
 - Prévision du taux de croissance en 2023 : +2%
 - PIB par habitant en US Dollar 2022 : \$ 80 000
- [Télécharger le document veille_internationale_note_etats-unis_semestre_2_2023.pdf](#) PDF – 717.27 Ko

Positionnement de la destination France

Les États-Unis constituent le premier marché émetteur « long courrier » pour la destination France. Plus encore que le volume des flux c'est la valeur des recettes qui établit l'importance primordiale de ce marché pour la France : déjà **en 2023, les recettes touristiques de la France en provenance des Etats Unis en s'élevant à 6,2 Md€, enregistraient une progression de +52 % par rapport à 2019. Une progression qui se poursuit en 2024, puisqu'elle s'affiche à +64 % pour la période janvier- février vs 2019 (+7% vs janvier- février 2023)**. Alors que les chiffres de fréquentation estimée pour 2022 s'élèvent à 4,8 millions d'arrivées la clientèle américaine est bien leader en termes de dépenses par touriste pour la destination France.

Si la situation économique des derniers mois a été marquée par une forte inflation, et les efforts de l'administration américaine à la contenir par une remontée des taux d'intérêts, le sentiment des consommateurs au regard de leur situation financière reste très solide. 2023 s'est illustré par un taux (23%) de départ en vacances à l'international record. Dans ce paysage, l'Europe occupe une place de choix captant 20% des départs. La France en particulier s'établit dans le top des destinations des Américains à l'international et leader avec l'Italie dans l'U.E.

Notre destination bénéficie d'une **capacité aérienne importante** : au printemps 2024, 19 villes américaines disposeront d'une liaison directe vers Paris et 3 vers Nice. La capacité aérienne des Etats -Unis vers la France est de +3.8% par rapport à avril 2019. Les projections d'arrivées aériennes pour la période février-avril 2024 sont de +2 % par rapport à 2023.

Pour autant, l'image de la France en matière de mode, de modernité qui ne sacrifie pas l'art de vivre, de création contemporaine, et de cultures urbaines, nous permet, et nous donne toutes les chances, de séduire une clientèle de milléniaux et plus jeune. La France a tous les atouts pour diversifier ses cibles de clientèle au-delà des clientèles d'origine anglo-saxonne et protestante de la Côte Est.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La France attire une clientèle américaine majoritairement de « repeater » de plus en plus diverse en termes d'âge et de communauté. Cette dernière appartient à une catégorie socio-professionnelle supérieure et/ou même privilégiée : le budget vacances disponible des Américains voyageant à l'international est de +9982 \$ par personne pour les 12 prochains mois. Et ce, alors même qu'un Américain prend en moyenne 10-14 jours de vacances par an.

La durée de séjour moyenne en France est estimée à 6-7 jours.

Notre cœur de cible est une clientèle urbaine et suburbaine de 45-65 ans

Nos recommandations pour aborder ce marché

Pour autant, l'image de la France en matière de mode, de modernité qui ne sacrifie pas l'art de vivre, de création contemporaine, et de cultures urbaines, nous permet, et nous donne toutes les chances, de séduire une clientèle de milléniaux et plus jeune. La France a tous les atouts pour diversifier ses cibles de clientèle au-delà des clientèles d'origine anglo-saxonne et protestante de la Côte Est.

Notes de veille internationale

- [Télécharger le document Veille internationale_modèle note marché VDiffusée S1 24.docx](#) DOCX – 1.87 Mo

Le marché Etats-Unis en un clin d'oeil

ETATS-UNIS



Chiffres clés | Marché

Quelques données économiques

333 MILLIONS d'habitants
USD 85000 PIB/habitant

1.5 % CROISSANCE prévue de l'économie en 2024 (2.1% en 2023)

25%
PRINTEMPS

24%
AUTOMNE

35%
ÉTÉ

15%
HIVER

Période de réservation



Principales destinations visitées en France



Taux de change



1.08 USD

Données touristiques en 2023

49 MILLIONS de voyages à l'étranger des Américains (exc. Canada et Mexique)- Europe 27%
(+9% par rapport à 2019/ +28%, 2022)

4.8 MILLIONS d'arrivées d'Américains en France en 2022
(+2% par rapport à 2019)

6.2 MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme Américain
(+52% par rapport à 2019/ +14%, 2022)

7.7 JOURS = Durée moyenne de séjour
(+23% par rapport à 2019/ +14%, 2022)

Principaux bassins émetteurs



New-York Californie Tri state
Florida Massachusetts --
Texas Grand Lacs Georgie Caroline du Nord

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 3ème destination des Américains en E.U
- Ils voyagent seuls ou en couple pour 85% et pour les 2/3 ont plus de 40 ans.
- Ils viennent en avion et sont amateurs de train pour leurs déplacements en France

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact Marché Etats-Unis | agnes.angrand@atout-france.fr

www.atout-france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [2024 FICP Annual Conference - Denvers](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [IMEX America 2024](#) : Salons / Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [France 360 - Année 2024](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [France Showcase USA 2024](#) : Rencontres médias / Médias internationaux

2024 FICP ANNUAL CONFERENCE - DENVERS PRESTATION

Marchés d'intervention :	Etats-Unis
Type de rendez-vous :	Communication B2B
Cibles :	Professionnels internationaux

La conférence annuelle de l'association « Finance and Insurance Conference Professionals » représente une opportunité unique de réseautage avec des professionnels de secteurs d'activité qui sont les plus gros pourvoyeurs d'évènements, réunions et conférences.

OBJECTIFS

- Créer /entretenir un relationnel pour les convertir en retombées commerciales
- Renforcer l'image de votre destination/produit.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations

Nombre de partenaires souhaités :

1-3

Visibilité partenaire :

Sur le site de la conférence comme participant - Nous consulter pour les opportunités de "sponsorship" plus avancées

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Février 2024

Site d'inscription :

Site d'inscription

[2024 FICP Annual Conference](#)

Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : \$ 6 000 HT

FORMAT

Liste des sessions :

2024 FICP Annual Conference

Date de début

10 novembre 2024

Date de fin

13 novembre 2024

Date limite d'inscription

29 février 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Participation aux ateliers thématiques et "networking" à l'occasion des "social function"

Indicateur de performance :

Nombre de nouveaux contacts

Profil visiteur :

Organisateurs d'évènements du secteur de la finance et de l'assurance

Visiteur attendu :

250

Media / Support :

N/A sauf pour sponsoriser la conférence -

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention
:

Etats-Unis

Type de rendez-vous : Salons

Cibles :

Organisateurs d'événements MICE
internationaux

Professionnels
internationaux

Salon incontournable aux Etats-Unis avec des acheteurs internationaux et des clients américains. Il s'agira de la 13ème édition de ce salon qui aura lieu pour la troisième fois au Mandala Bay.

OBJECTIFS

- Présenter la France comme une destination unie
- Rencontrer des décideurs et influenceurs
- Partager les dernières actualités de développement et les produits français

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Offices du tourisme, Hôteliers, Lieux de réunions, DMCs, Compagnies aériennes, Partenaires commerciaux

Nombre de partenaires souhaités :

25 - 30

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Juillet 2024

Site d'inscription :

Site d'inscription

[IMEX America 2024](#)

Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : 6 000 - 11 500€ HT

FORMAT

Liste des sessions :

IMEX America 2024

Date de début

08 octobre 2024

Date de fin

10 octobre 2024

Date limite d'inscription

30 juillet 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Planning de rendez-vous pré-programmés

Présentations France à des groupes d'hosted buyers

Organisation de petit-déjeuners networking et animations sur le Pavillon France

Indicateur de performance :

Moyenne de 15 rendez-vous par partenaire sur les 3 jours du salon

Moyenne de 60 contacts sur le petit-déjeuner

Leads en suivi du salon (approx. 450)

Profil visiteur :

Organisateurs d'événements (Agences MICE+Corporate+Associations)

Visiteur attendu :

13 500

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](#)

Marchés d'intervention :	Canada	Etats-Unis	Mexique
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B		
Cibles :	Professionnels internationaux		

Ce rendez-vous réunira entre 120 et 200 professionnels du tourisme, originaires de France, des États-Unis, du Canada, du Mexique, Le dossier technique de l'opération sera disponible fin mai 2024.

OBJECTIFS

- Permettre aux acteurs du tourisme français et des Amériques de nouer de nouveaux contacts ou d'entretenir des liens existants, tout en présentant pour les uns leurs produits, servi
- Être une plateforme éducative, et créatrice de synergies en donnant la parole à des représentants « leaders » de notre industrie
- Présenter une offre touristique renouvelée

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et Privés [Hôteliers, agences réceptives, etc....]<

Nombre de partenaires souhaités :

60

Visibilité partenaire :

Plusieurs options: Webinaires, Posts LinkedIn, E-news,...

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : 29 Juillet 2024

Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : A partir de \$ 4,990 HT

FORMAT

Liste des sessions :

France 360-Année 2024

Date de début

11 novembre 2024

Date de fin

13 novembre 2024

Date limite d'inscription

29 juillet 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Événement de 3 jours en présentiel , 1 jours et demi de workshop (rdv pre-programés, diner de gala, ateliers de formation. Nouveauté
2024 : espace start-up , innovation.

Indicateur de performance :

Nombre d'invités - Ration invites rendez-vous - Sondage post opération sur les demandes enregistrées par les acheteurs

Edition précédente :

- Nombre d'acheteurs participants: 75

- Nombre de rendez-vous commerciaux : 1986

Profil visiteur :

Tour Opérateurs et Agents de Voyage - Espace Start Up

Visiteur attendu :

120 - 150

Media / Support :

E-news dédiées vers les professionnels du tourisme et Communiqués de presse vers les journalistes presse professionnelle - Réseaux sociaux: Facebook - LinkedIn

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :	Etats-Unis					
Type de rendez-vous :	Rencontres médias					
Cibles :	Médias internationaux					
Espaces et filières :	Culture & patrimoine	Gastronomie	Grands évènements	Luxe	Slow tourisme	Tourisme durable

France Showcase est une opportunité exclusive de rencontrer les décideurs influents et les médias clés dans le monde du tourisme.

Faites partie de discussions captivantes avec des rédacteurs renommés, des journalistes de premier plan, des freelances établis, des influenceurs de la presse tourisme affiliée culture, design, gastronomie et vins... ainsi que de la presse généraliste. C'est l'occasion incontournable de renforcer votre présence sur le marché américain.

OBJECTIFS

- une opportunité exclusive de rencontrer les décideurs influents et les médias clés du marché USA
- Possibilité de mettre en avant les nouveautés de produits et/ou de destination à un public à la recherche de contenu captivant
- Une plateforme idéale pour renforcer votre visibilité et votre notoriété

FORMAT

Liste des sessions :

Petit déjeuner à Brooklyn et cocktail networking à Manhattan - New York City

Date de la session

18 septembre 2024

Date limite d'inscription

30 juin 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Portes ouvertes: échange entre les medias et partenaires

Indicateur de performance :

Nombre de journalistes et de partenaires rencontrés

Edition précédente :

60 Journalistes , 8 partenaires et 15 VIP du secteur du tourisme

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

Les opérations à la carte

- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [Campagne The French Way](#) : Campagnes
- [PBS TV SHOW Discover France with Darley Newman](#) : Campagnes
- [Webinaire](#) : Formations
- [ACTION VIRTUOSO](#) : Campagnes
- [Programme france en e-learning - module expert](#) : Formations
- [Campagne #ExploreFrance 2024](#) : Formations
- [Let's go to France - AAA travel](#) : Campagnes
- [Travel to France with Hopper & Capital One - Contenu Campagne](#) : Campagnes
- [American Content Creators Week in France - Campagne de Communication:](#) : Campagnes
- [IHeart Radio 276 Auditeurs - Contenu Campagne](#) : Campagnes
- [Elevating Mobile Ads for the US Luxury Market - Campagne de Conversion](#) : Campagnes
- [Etats-Unis - France Shopping Destination](#) : Campagnes / Grand public international

E-LEARNING FRANCE CONNAISSEUR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Cibles :

Formations

Professionnels internationaux

Depuis 2023, France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises.

L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

Formation à distance.

Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

CAMPAGNE THE FRENCH WAY

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

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

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

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

FORMAT

Format de l'opération :

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

Profil visiteur :

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

Visiteur attendu :

Selon le budget investi

Media / Support :

Canaux digitaux (Linkedin, Youtube, sites ciblés)

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

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

PBS TV SHOW DISCOVER FRANCE WITH DARLEY NEWMAN

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

Espaces et filières :

Culture & patrimoine

Gastronomie

Reconnue par Forbes pour son "PBS Travel Empire ", Darley Newman est la productrice de "Travels with Darley" et "Equitrekking" diffusés sur PBS, Amazon Prime, Ovation TV's Journey, Verizon Digital et dans plus de 85 pays.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Regions, CRT, Attractions, Activités, Marques privées

Nombre de partenaires souhaités :

illimité

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Un tournage sur place incluant des balades dans les rues, des visites de musées et de sites historiques, des rencontres avec des habitants locaux et des experts pour mettre en avant le patrimoine culturel et gastronomique de la destination par le biais d'expériences ludiques afin de donner envie aux téléspectateurs de découvrir la destination.

Indicateur de performance :

audience atteinte

Profil visiteur :

Couples et familles 33 à 55 ans public à haute contribution

Media / Support :

Videos: 1 épisode de 30 minutes , 5- 7min videos courtes,, B-roll 3 ou7 min, PBS Spot, Smithsonian Associates Livestream, Blog, Newsletter

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

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Formations

Promouvoir vos produits et services auprès des agents de voyages Américains et Tour Opérateurs

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et Privés [Hôteliers, agences réceptives, etc....]

Nombre de partenaires souhaités :

1 à 3 par webinar

FORMAT

Format de l'opération :

Présentation en direct de 20 à 30 minutes sur PowerPoint ,suivi de 10 minutes de questions et réponses. - Environ 40 – 150 agents présents lors de la session - Envoi des contacts participants - Le replay du webinar est sur notre site dédié Trade USA

Indicateur de performance :

Nbre d' acheteurs connectés -

Profil visiteur :

Tour Opérateurs et Agents de Voyage

Visiteur attendu :

40-100

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

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

ACTION VIRTUOSO **OPÉRATION À LA CARTE**

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

Promouvoir vos produits et services auprès des agents de voyages Nord –Américains du consortium Virtuoso à travers un outil permettant de toucher le plus grand nombre

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et Privés (Membres Virtuoso uniquement)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Un webinar de 30 minutes : 3,000 USD HT - environ 80 agents -
- Virtuoso.com Article Ads : Video - Run of Site (2 semaines consécutives) \$ 1,200 HT, Static \$600 HT
- Immersion - Formation des agents : \$10,750 HT comprend 1 web15, 2 webinaires, ,promotion in Connections,
- Podcast \$2,000 HT
- Fam trip \$12,000 HT

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Formations

Proposer aux agents de voyage une formation en ligne, avec la possibilité d'obtenir une certification " France Connaisseur" et/ou "France expert - (destination) specialist"

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels

Nombre de partenaires souhaités :

Illimité

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

A l'aide de différents modules, donner aux agents les outils nécessaires pour vendre la destination/le produit.

Modules Experts

préparés par vos soins, font l'objet d'une formation spécifique. Tous les supports sont possibles: présentation ppt, vidéos, suggestions d'itinéraires. Nous travaillerons avec vous pour préparer les segments les plus appropriés et les plus vendeurs pour le marché américain. Ce format permet aux agents de gérer leur formation selon le temps disponibles. A l'issue de cette formation, l'agent se voit attribuer un certificat qui le valorisera et qui lui permettra d'intégrer le réseau des spécialistes France.

Indicateur de performance :

Nombre d'agents certifiés
Itinéraires créés

Media / Support :

Information et visibilité dans la presse professionnelle, les réseaux d'agences et les tours opérateurs

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

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

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, partenaires privés

FORMAT

Format de l'opération :

Volet 1 – Tronc Commun – Objectif : notoriété France

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

Volet 2 – Objectif : notoriété focus régionaux

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

Volet 3 – Objectif : conversion / déclencher des séjours

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

Indicateur de performance :

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

Media / Support :

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

Reseau social :

Réseau social
france.fr

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

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

L'objectif de cette campagne est d'attirer de nouveaux touristes américains en France, en particulier pour la cible famille, grâce à l'expertise de [AAA travel](https://northeast.aaa.com/travel.html), plateforme de réservation de voyage avec plus de 64 millions de membres. Le but étant de leur faire découvrir de nouvelles destinations, ainsi que de nouvelles activités qui leur donneront envie de concrétiser un séjour tout au long de l'année.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destination (CRT) - Shopping - Attractions familles

Nombre de partenaires souhaités :

Illimité

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Format digital : Réseaux sociaux / E-mailing / Page web / Publicité / Magazine

Profil visiteur :

Familles / Couples sans enfants / Jeunes seniors

Visiteur attendu :

Plus de 40 000 visites par an

Media / Support :

Le site de AAA Travel.

Gamez - Tiana tiana.gamez@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

TRAVEL TO FRANCE WITH HOPPER & CAPITAL ONE

- CONTENU CAMPAGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

Hopper est une OTA dont l'application enregistre jusqu'à 3 millions d'installations par jour aux US, l'OTA est particulièrement populaire auprès de la Gen Z. Son partenariat exclusif avec la Banque Capital One qui compte 45 millions de titulaires multi-générationnel, et utilisent leurs points en échange de voyages. Hopper est l'OTA en croissance la plus rapide depuis 2021. Hopper représente 9% des ventes de voyages vers la France par OTA sur le marché américain.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Régions, CRT, Attractions, Activités, Marques privées

Nombre de partenaires souhaités :

Illimité

FORMAT

Format de l'opération :

Campagne sur l'application avec microsite, bannières, vidéos, notifications, emails, liens API dédiés.

Indicateur de performance :

Impressions

Réservations

Media / Support :

Les utilisateurs de Hopper génèrent 1,5 million de dollars, et avec son portail exclusif avec Capital One, ils génèrent 4,5 millions de dollars par mois.

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

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

AMERICAN CONTENT CREATORS WEEK IN FRANCE

- CAMPAGNE DE COMMUNICATION:

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

La Black Travel Alliance est un réseau qui collabore avec les destinations et marques pour créer du contenu et supports marketing adaptés à une clientèle millennial afro-américaine afin d'attirer et fidéliser de nouveaux clients.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Regions, CRT, Attractions, Activités, Marques privées

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Conférence/Workshop/Eductour dédié à la création de contenus en France adaptés à la clientèle 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

Media / Support :

Réseaux sociaux (Facebook, Insta, Twitter, Tik Tok, Youtube) / Blog, articles et vidéos -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](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

iHeartRadio est une plateforme avec 276 millions d'auditeurs de radio sur plus de 850 stations qui des collaborations avec des DJ renommés pour des annonces vocales via streaming, podcasts et réseaux sociaux.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tout Partenaire

FORMAT

Format de l'opération :

Augmenter l'engagement de l'audience chez les 25 ans et millennials aisés grâce aux célébrités de la radio

Profil visiteur :

25+ et Millennial Audience Affluente

Visiteur attendu :

63 Million d'impressions

Media / Support :

Nous visons à présenter la France à une nouvelle génération de visiteurs américains. Nous utiliserons la publicité vocale, le streaming, les podcasts, et des campagnes d'influence sur les réseaux sociaux des DJ

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

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

ELEVATING MOBILE ADS FOR THE US LUXURY MARKET - CAMPAGNE DE CONVERSION

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Campagnes

Mobkoi est une plateforme publicitaire numérique qui offre une solution complète aux marques pour donner vie aux publicités mobile avec des formats créatifs et emplacements média premium.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tout Partenaire

Nombre de partenaires souhaités :

illimite

FORMAT

Format de l'opération :

Mobkoi valorise les actifs pour créer des unités des plus engageantes et grâce à une analyse du public cible, génère une liste de sites tout en préservant la sécurité de la marque, et en fournissant des rapports transparents.

Indicateur de performance :

Une visibilité totale sur la diffusion des campagnes en fournissant des rapports site par site pour toutes les métriques.

78% - Taux de visibilité 14 s - Temps de résidence 60% - Taux d'achèvement 1,02% - Taux d'engagement

Media / Support :

Mobkoi est un distributeur d'interscrolleur à grande échelle qui propose du display, Gallery, Vidéo, Vidéo 360, Live streaming, Drive to store, Take Over: vous permet de choisir votre emplacement média préféré.

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

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Cibles :

Espaces et filières :

Campagnes

Grand public international

Shopping

Ville

Atout France USA propose d'accompagner ses partenaires destination shopping dans leurs efforts de conquête du marché américain par une activation 100% digitale et B2C.

Il s'agira d'optimiser la visibilité du partenaire afin de le promouvoir en tant que destination shopping de choix pour les voyageurs américains. Et cela en 3 étapes : favoriser les visites, pousser les offres, puis les ventes en magasin.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Grands magasins-outlets

Nombre de partenaires souhaités :

1

FORMAT

Format de l'opération :

- Une stratégie entièrement digitale orientée B2C.
- Audience composée d'intentionnistes et de voyageurs hautement réactifs et réceptifs.
- Captage de l'audience à leur points d'entrées et arrivées : aéroports, gares

Indicateur de performance :

Occasions de voir
Impressions

Profil visiteur :

Génération X et Milleniaux

Media / Support :

Panneaux aéroports - Programmatique

Gamez - Tiana tiana.gamez@atout-france.fr

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

