



## 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)



#### 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



### 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](http://www.atout-france.fr)

## Prestations proposées sur ce marché

### Les évènements programmés

- [Etats-Unis Rencontres B2C, B2B, Presse & Influenceurs Travel Adventure Show](#) : Evénement grand public / Grand public international, Médias internationaux, Professionnels internationaux
- [Etats-Unis Rencontres B2C, B2B, Presse & Influenceurs Travel Adventure Show](#) : Evénement grand public / Grand public international, Médias internationaux, Professionnels internationaux
- [Etats-Unis: France360 \(édition 2025\)](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Etats-Unis: salon B2B Meaningful Travel Summit \(tourism cares\)](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux, Médias internationaux
- [Etats-Unis: Conférence B2B Loisirs THREADS \(AAA Northeast\)](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Etats-Unis France Showcase 2025](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Etats-Unis: Salon Croisière SeaTrade](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Etats-Unis IMEX America 2025](#) : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [Etats-Unis Successful Meetings University 2025](#) : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux
- [Etats-Unis: Delta Vacations University - Atlanta](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Etats-Unis Velotourisme TD 5 Boro Bike Tour](#) : Evénement grand public / Grand public international

# ETATS-UNIS RENCONTRES B2C, B2B, PRESSE & INFLUENCEURS TRAVEL ADVENTURE SHOW

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Type de rendez-vous :** Evénement grand public, Rencontres B2B, Rencontres médias, Salons

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

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Culture & patrimoine, Golf, Montagne, Vélotourisme, Œnotourisme

Le Travel and Adventure Show a lieu du 25 et 26 Janvier à New York et du 23 et 25 Février a Los Angeles. C'est l'un des plus grand événements de voyage, attirant un grand public américain passionné de voyage tels que des professionnels du tourisme, médias spécialisés en voyages et presse locale, et des influenceurs des médias sociaux. Cet événement permet de s'adresser à ces différents segments en une seule participation, maximisant ainsi les opportunités de visibilité et de collaboration

## OBJECTIFS

- Accès et valorisation des produits touristiques français devant un large public américain
- Rencontres et réseautage avec des consommateurs, professionnels, presse et influenceurs
- Une plateforme variée pour renforcer votre visibilité et votre notoriété

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Les destinations, hôtels et DMC qui souhaitent mettre en avant leurs produits devant un public varié et passionné, composé à la fois de professionnels du voyage, de conseillers, de la presse, ainsi que d'influenceurs et de voyageurs curieux.

### Visibilité partenaire :

Les partenaires bénéficient d'une visibilité grâce à un stand dédié et d'une inscription dans le catalogue de l'événement, offrant ainsi une présence directe auprès du public ciblé.

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

1er Novembre, 2024

## FORMAT

### Liste des sessions :

#### Sessions

##### *New York Travel Adventure Show*

Date de début : 25 janvier 2025  
Date de fin : 26 janvier 2025  
Date limite d'inscription : 01 novembre 2024

##### *Los Angeles Travel Adventure show*

Date de début : 22 février 2025  
Date de fin : 23 février 2025  
Date limite d'inscription : 01 novembre 2025

### Lieu :

New York City et Los Angeles

### Format de l'opération :

Open House

### Indicateur de performance :

En 2024 L'année dernière, le salon a attiré un total de 24,262 participants, dont 3,049 professionnels du secteur, 1,285 conseillers en voyages et 275 représentants de la presse.

### Profil visiteur :

Grand public TOs et Agents de voyage Presse Influenceurs

### Visiteur attendu :

24,262 participants au total 3,049 professionnels , 1,285 conseillers en voyages et 275 représen

### Media / Support :

Le salon est également promu à travers des campagnes de publicité locale, des médias sociaux et des campagnes publicitaires, assurant une large visibilité auprès du public.

### Reseau social :

<https://www.facebook.com/TravelandAdventureShow>

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

# ETATS-UNIS RENCONTRES B2C, B2B, PRESSE & INFLUENCEURS TRAVEL ADVENTURE SHOW

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Type de rendez-vous :** Evénement grand public, Rencontres B2B, Rencontres médias, Salons

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

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Culture & patrimoine, Golf, Montagne, Vélotourisme, Œnotourisme

Le Travel and Adventure Show a lieu du 25 et 26 Janvier à New York et du 23 et 25 Février a Los Angeles. C'est l'un des plus grand événements de voyage, attirant un grand public américain passionné de voyage tels que des professionnels du tourisme, médias spécialisés en voyages et presse locale, et des influenceurs des médias sociaux. Cet événement permet de s'adresser à ces différents segments en une seule participation, maximisant ainsi les opportunités de visibilité et de collaboration

## OBJECTIFS

- Accès et valorisation des produits touristiques français devant un large public américain
- Rencontres et réseautage avec des consommateurs, professionnels, presse et influenceurs
- Une plateforme variée pour renforcer votre visibilité et votre notoriété

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Les destinations, hôtels et DMC qui souhaitent mettre en avant leurs produits devant un public varié et passionné, composé à la fois de professionnels du voyage, de conseillers, de la presse, ainsi que d'influenceurs et de voyageurs curieux.

### Visibilité partenaire :

Les partenaires bénéficient d'une visibilité grâce à un stand dédié et d'une inscription dans le catalogue de l'événement, offrant ainsi une présence directe auprès du public ciblé.

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

1er Novembre, 2024

## FORMAT

### Liste des sessions :

#### Sessions

##### *New York Travel Adventure Show*

Date de début : 25 janvier 2025  
Date de fin : 26 janvier 2025  
Date limite d'inscription : 01 novembre 2024

##### *Los Angeles Travel Adventure show*

Date de début : 22 février 2025  
Date de fin : 23 février 2025  
Date limite d'inscription : 01 novembre 2025

### Lieu :

New York City et Los Angeles

### Format de l'opération :

Open House

### Indicateur de performance :

En 2024 L'année dernière, le salon a attiré un total de 24,262 participants, dont 3,049 professionnels du secteur, 1,285 conseillers en voyages et 275 représentants de la presse.

### Profil visiteur :

Grand public TOs et Agents de voyage Presse Influenceurs

### Visiteur attendu :

24,262 participants au total 3,049 professionnels , 1,285 conseillers en voyages et 275 représen

### Media / Support :

Le salon est également promu à travers des campagnes de publicité locale, des médias sociaux et des campagnes publicitaires, assurant une large visibilité auprès du public.

### Reseau social :

<https://www.facebook.com/TravelandAdventureShow>

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

**Marchés d'intervention :** Canada, Etats-Unis, Mexique

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B

**Public attendu :** Professionnels internationaux

France 360, le rendez-vous incontournable B2B Loisir d'Atout France en Amérique du Nord, s'articule autour de 3 jours de rendez-vous et sessions de travail, l'occasion de créer et renforcer les liens entre les professionnels du tourisme français et les tour-opérateurs et agents de voyage nord-américains souhaitant développer leur offre de produit vers la France.

## OBJECTIFS

- Créer et renforcer les liens avec les tour-opérateurs et agents de voyage nord-américains
- Faire connaître votre produit/destination
- Informer sur les nouveautés pour votre produit/destination

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Offices du tourisme, hôtels 4 à 5 étoiles, musées et châteaux, agences réceptives et transporteurs

### Nombre de partenaires souhaités :

60

### Visibilité partenaire :

- Votre profil sur la page de l'événement France 360 - E-news dédiées vers les professionnels du tourisme présentant les participants - Communiqués de presse vers les journalistes presse professionnelle - Animation posts LinkedIn Atout France USA

## FORMAT

### Liste des sessions :

*France 360 2025*

Date de début	: 13 octobre 2025
Date de fin	: 15 octobre 2025
Date limite d'inscription	: 31 juillet 2025

### Lieu :

Lieu à définir (Denver ou Phoenix)

### Indicateur de performance :

70 à 80 acheteurs

60 à 65 exposants

2000 rendez-vous pré-programmés

Taux de satisfaction de 96%

**Nathalie Poto** [nathalie.poto@atout-france.fr](mailto:nathalie.poto@atout-france.fr)

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

# ETATS-UNIS: SALON B2B MEANINGFUL TRAVEL SUMMIT (TOURISM CARES)

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B, Salons, Rencontres médias

**Public attendu :** Professionnels internationaux, Médias internationaux

**Espaces et filières :** Slow tourisme , Tourisme durable

Rejoignez-nous pour le Meaningful Travel Summit organisé par Tourism Cares, une ONG américaine basée à Boston, et positionnez votre destination/produit comme destination/produit durable.

En savoir plus sur l'ONG Tourism Cares: <https://www.tourismcares.org/>

## OBJECTIFS

- Positionner votre destination comme une destination durable
- Nouer des relations autour du tourisme durable avec des prescripteurs américains
- Se former sur les bonnes pratiques en matière de tourisme durable

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Destinations

**Nombre de partenaires souhaités :**

4-5

**Visibilité partenaire :**

Votre destination sur le Meaningful Travel Map: <https://www.tourismcares.org/meaningful-map> Cette carte mondiale interactive relie directement les professionnels du voyage aux entreprises, produits, services, hébergements et circuits durables locaux, créant ainsi un avantage concurrentiel face à la demande croissante des consommateurs en matière de voyages durables et ayant un impact direct sur les personnes et les lieux de voyage.

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Meaningful Travel Summit*

Date de début	: 29 septembre 2025
Date de fin	: 03 octobre 2025
Date limite d'inscription	: 31 mai 2024

**Lieu :**

Lieu à définir d'ici fin 2024.

**Format de l'opération :**

- Sessions de formation
- Sessions d'immersion
- Sessions de rendez-vous one-on-one
- Panels de discussion

**Profil visiteur :**

40% Tour Opérateurs, Agents de voyage 10% Média 25%  
Autres professionnels de l'industrie 15% DMO 15%  
Partenaires locaux

**Visiteur attendu :**

7,000 professionnels du secteur

**Media / Support :**

Découvrir la vidéo "Why Should you attend Meaningful Travel Summit by Tourism Cares"

**Nathalie Poto** [nathalie.poto@atout-france.fr](mailto:nathalie.poto@atout-france.fr)

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

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 connaître 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 déterminer 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](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Type de rendez-vous :** Rencontres médias

**Public attendu :** Médias internationaux

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

- 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
- 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

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

CRT, OT, hotels, musées...

**Nombre de partenaires souhaités :**

5-8

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

1er Février, 2025

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*France Showcase*

Date de début : 01 septembre 2025

Date de fin : 31 octobre 2025

Date limite d'inscription : 01 février 2025

**Lieu :**

USA

**Profil visiteur :**

Presse et influenceurs américains

**Visiteur attendu :**

70

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

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B, Salons

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Littoral , Luxe

Événement rassemblant l'ensemble des décideurs et acteurs de l'industrie de la croisière: 4 jours de conférence pour rester informé des nouveautés et évolution du marché

## OBJECTIFS

- Élargissez vos contacts de croisière
- Networkez avec des fournisseurs et des dirigeants clés de plus de 70 grandes marques de croisières qui participent à l'événement chaque année

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, privés et port

**Nombre de partenaires souhaités :**

15 à 20

**Visibilité partenaire :**

E-news dédiées vers les professionnels du tourisme -  
Communiqués de Presse vers les journalistes presse professionnelle - Conférence de Presse

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Seatrade*

Date de début : 07 avril 2025

Date de fin : 10 avril 2025

Date limite d'inscription : 31 janvier 2025

**Lieu :**

Convention Center Miami Beach, Floride

**Format de l'opération :**

Achat d'espace sur le Pavillon France - Tradeshow -  
Sponsoring d'animations par les partenaires, avec possibilité de jeu concours - Production d'une soirée France " Escale France en partenariat avec l'ensemble des acteurs de la croisière française et le groupe de travail croisière piloté par le Secrétariat Général à la Mer.

**Profil visiteur :**

Croisières Indépendantes, Shore Excursions, Itinerary planners

**Visiteur attendu :**

plus de 10,000 visiteurs

**Nathalie Poto** [nathalie.poto@atout-france.fr](mailto: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 B2B

**Public attendu :** Organisateur·s d'événements MICE internationaux, Professionnel·s internationaux

**Espaces et filières :** MICE

L'IMEX est un événement de référence aux États-Unis, un rendez-vous incontournable qui réunit des acheteurs internationaux et des clients américains de premier plan. Pour sa 14<sup>e</sup> édition, le salon se déroulera pour la troisième fois au prestigieux Mandalay Bay, offrant une plateforme exceptionnelle pour des échanges et des opportunités d'affaires dans l'industrie événementielle mondiale

## OBJECTIFS

- Présenter la France comme une destination cohérente et attractive.
- Rencontrer des décideurs clés et des influenceurs de l'industrie.
- 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

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*IMEX America 2025*

Date de début : 07 octobre 2025

Date de fin : 09 octobre 2025

Date limite d'inscription : 30 juillet 2025

**Lieu :**

Las Vegas

**Profil visiteur :**

Organisateur·s d'événements (Agences MICE+Corporate+Associations)

**Visiteur attendu :**

13 500

**Reseau social :**

<https://www.linkedin.com/company/imex/>

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 B2B

**Public attendu :** Organismes d'événements MICE internationaux

Workshop exclusif réunissant des fournisseurs internationaux et des clients américains, spécialisés dans l'organisation d'événements à l'échelle mondiale. Ces derniers disposent de demandes de propositions (RFPs) actives, offrant ainsi des opportunités concrètes pour la planification et la réalisation de projets d'envergure internationale.

## OBJECTIFS

- Présenter la France et établir de nouveaux contacts stratégiques.
- Partager les dernières innovations, tendances et produits phares de la France.

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

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

**Nombre de partenaires souhaités :**

5-10 partenaires

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Etats-Unis Successful Meetings University 2025*

Date de début : 10 mars 2025

Date de fin : 12 mars 2025

Date limite d'inscription : 15 janvier 2025

**Lieu :**

New York City

**Format de l'opération :**

Planning de rendez-vous pré-programmés en 1 to 1 avec les clients

Sessions networking dédiées aux acheteurs

**Edition précédente :**

79 rendez-vous

**Visiteur attendu :**

100 acheteurs, 100 fournisseurs

**Reseau social :**

<https://www.linkedin.com/company/northstar-meetings-group/posts/?feedView=all>

**Wehner - Gael** [gael.wehner@atout-france.fr](mailto:gael.wehner@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Type de rendez-vous :** Evénement grand public

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Campagne , Tourisme durable , Vélotourisme

Le TD 5 Boro Bike Tour est l'événement cycliste emblématique de New York, attirant chaque année plus de 32 000 participants passionnés et des milliers de spectateurs. Il s'agit de la plus grande course caritative à vélo aux États-Unis et la première à être certifiée durable par le Council for Responsible Sport. Depuis 1977, cet événement réunit des cyclistes de tous horizons et accueille également l'exposition vélo la plus fréquentée du pays, avec plus de 100 exposants et 60 000 visiteurs.

## OBJECTIFS

- Mettre en avant les véloroutes et pistes cyclables auprès d'un public international enthousiaste.
- Valoriser les offres culturelles et culinaires dessus les pistes cycliste des régions de la France
- Augmenter votre visibilité : Profitez de l'exposition médiatique de l'événement pour attirer l'attention sur votre région.

## FORMAT

### Liste des sessions :

*TD 5 Boro Bike Tour*

Date de la session : 05 mai 2025

Date limite d'inscription : 30 novembre 2024

### Lieu :

New York City

### Format de l'opération :

Présence physique avec un stand pour promouvoir les régions françaises et leurs offres cyclables, culturelles et culinaires. Activités promotionnelles telles que des dégustations, des démonstrations culturelles et des offres spéciales pour les cyclistes.

### Indicateur de performance :

Le TD 5 Boro Bike Tour est la plus grande course caritative à vélo des États-Unis, rassemblant 32 000 cyclistes chaque année.

### Profil visiteur :

Les partenaires cibles seront les régions disposant de véloroutes avec des prestations culturelles et gastronomiques, afin de soutenir et promouvoir les parcours auprès du marché américain

### Reseau social :

<https://www.facebook.com/bikenewyork>

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

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

## Les opérations à la carte

2022

- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux

2024

- [Etats-Unis: Webinaire thématique B2B Loisir](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [Etats-Unis: E-newsletter dédiée B2B Loisir](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [Campagne The French Way](#) : Campagnes
- [Etats-Unis: Mission à la demande](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Etats-Unis AAA Travel - Let's go to France](#) : Campagnes / Grand public international
- [États-Unis American Creators Travel Week in France - Campagne d'influence](#) : Campagnes / Grand public international
- [Analyse Données ARC IATA – marchés émetteurs des Amériques](#) : Etude et publications / Professionnels français

2025

- [Etats-Unis - France Shopping Destination](#) : Campagnes / Grand public international
- [Etats-Unis: Eductour b2b loisir](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [Campagne #ExploreFrance 2025](#) : Formations
- [Etats-Unis Oenotourisme: A Taste of France a New York B2B B2C](#) : Événement grand public / Grand public international
- [Bike in France Campaign](#) : Événement grand public / Grand public international

**Marchés d'intervention :** Afrique du Sud, Arabie Saoudite, Barheïn, Brésil, Canada, Egypte, Emirats Arabes Unis

**Type de rendez-vous :** Formations

**Public attendu :** 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)

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**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 tourisme 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](mailto: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 :** 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](mailto:nathalie.poto@atout-france.fr)

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

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

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

## 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](mailto:alexandra.merignac@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B, Rencontres médias

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Promotion et mise en valeur de votre produit/service/destination auprès des tours opérateurs et agences de voyage des bassins clés des Etats-Unis 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

## PARTENAIRES

**Nombre de partenaires souhaités :**  
entre 1 et 15

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**  
brunchs, déjeuners, cocktail networkings

**Profil visiteur :**  
Agents de voyage des réseaux Virtuoso, Ensemble, Internova, Signature...

**Nathalie Poto** [nathalie.poto@atout-france.fr](mailto:nathalie.poto@atout-france.fr)

**Voelkl Karell** [Karell.Voelkl@atout-france.fr](mailto:Karell.Voelkl@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 :** Campagnes  
**Public attendu :** Grand public international  
**Espaces et filières :** Campagne

L'objectif de cette campagne est d'attirer de nouveaux touristes américains en France, en particulier les familles, grâce à l'expertise de AAA Travel Nord Est, une plateforme de réservation de voyages comptant plus de 6.5 millions de membres. Le but est de leur faire découvrir de nouvelles destinations et activités, les incitant à 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.

**Reseau social :**

<https://www.linkedin.com/company/aaanortheast/>

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

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

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

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**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 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 créateurs de contenu/influenceurs

**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](https://atout-france.fr)

# ANALYSE DONNÉES ARC IATA – MARCHÉS ÉMETTEURS DES AMÉRIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Brésil, Canada, Etats-Unis, Mexique

**Type de rendez-vous :** Etude et publications

**Public attendu :** Professionnels français

Analyse et extraction de données de réservations aériennes intermédiées comprenant lead time, itinéraire détaillé, classe de siège, nom et adresse de l'agence émettrice, etc.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels (destinations) et aéroports

**Nombre de partenaires souhaités :**

action individuelle

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Extraction et analyse par les équipes Atout France des données sur une période convenue. Préparation d'un PPT d'analyse. Programmation d'une rencontre en ligne pour la livraison des résultats et transmission des fichiers.

Date limite d'inscription : les données sont actualisées dans la base ARC environ 3 mois après la réalisation du voyage. Deux mois de préavis pour la commande.

**Indicateur de performance :**

n.d.

**Media / Support :**

Excel, PPT et rencontre Teams

**Frédéric Mazenq** frederic.mazenq@atout-france.fr

**Emmanuel Marcinkowski** emmanuel.marcinkowski@atout-france.fr

**Mélanie Paul'Hus** melanie.paul-hus@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 :** Campagnes  
**Public attendu :** Grand public international  
**Espaces et filières :** 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 :**  
Min 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](mailto:tiana.gamez@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Type de rendez-vous :** Formations

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Bien être, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Grands

**Espaces et filières :** évènements , Littoral , Luxe, Montagne, Shopping, Tourisme durable ,  
Ville, Œnotourisme

Outils indispensables de formation, les éductours permettent à un agent de voyages de mieux vendre une destination ou un hôtel.

## OBJECTIF

## FORMAT

## PARTENAIRES

**Nombre de partenaires souhaités :**  
5 à 10

**Profil visiteur :**

Agences de voyage de consortia reconnus tels que AAA, Internova, Signature...

**Visiteur attendu :**  
10

**Nathalie Poto** [nathalie.poto@atout-france.fr](mailto:nathalie.poto@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Allemagne, Belgique, Canada, Espagne, Etats-Unis, Italie, Pays-Bas

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'affaires engendré etc.

**Media / Support :**

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

**Reseau social :**

[france.fr](https://france.fr)

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

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

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

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**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

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

**Marchés d'intervention :** Etats-Unis

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Vélotourisme

Valorisons les paysages cyclables de la France avec une campagne multi-régions sur le marché américain. Avec plus de 22 800 km de véloroutes et pistes cyclables, la France offre une diversité exceptionnelle de paysages à explorer à vélo. Du Nord au Sud, en passant par la Loire et les Alpes, cette initiative mettra en lumière la richesse des itinéraires, mêlant panoramas époustouflants, patrimoine culturel et gastronomie. En investissant dans cette campagne, chaque région pourra attirer les cyclotouristes américains en quête d'expériences authentiques, tout en consolidant la position de la France comme destination phare du vélo-tourisme

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Les régions ou offices de tourisme disposant de véloroutes avec des prestations culturelles et ou gastronomiques qualitatives, afin de soutenir et promouvoir les parcours auprès du marché américain

## FORMAT

### Lieu :

### Format de l'opération :

Campagne digitale : une campagne omnicanale avec l'intégration du DOOH avec une approche programmatique pour des publicités ciblées, tout en collaborant avec des influenceurs pour toucher un public jeune et aisé, passionné de vélo, à travers des contenus authentiques et engageants sur les médias sociaux.

### Indicateur de performance :

Taux d'engagement, Portée et impressions, CTR (Click-Through Rate), Conversion, ROI (Retour sur Investissement)

### Profil visiteur :

Grand Public américain

### Media / Support :

Affichage écran numériques dans des espaces publics, réseaux sociaux, Blogs, newsletter, site web spécialisés

**Elisabeth - Erika** [erika.elisabeth@atout-france.fr](mailto:erika.elisabeth@atout-france.fr)

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

