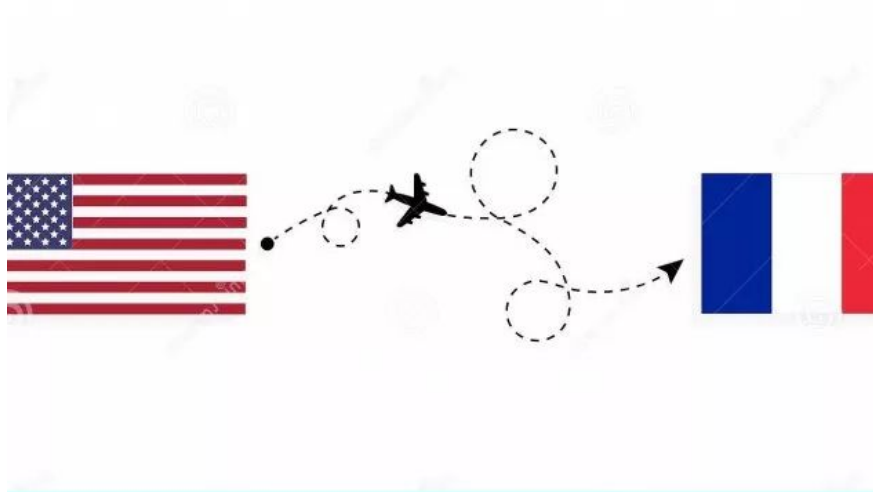




Plan d'actions Etats-Unis

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

3,7 millions d'arrivées en 2022	5,5 milliards d'euros de recettes en 2022	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 ».

Plus encore que le volume des flux c'est le volume des recettes qui établit l'importance primordiale de ce marché pour la France : déjà en 2022, **les recettes touristiques de la France en provenance des Etats Unis en s'élevant à 5,5 Md€**, enregistraient une progression de +34 % par rapport à 2019. Une progression qui se poursuit en 2023, puisqu'elle s'affiche à +46 % pour la période janvier- avril vs 2022.

Alors que les chiffres de fréquentation estimée pour 2022 s'élèvent à, **3,7 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'illustre 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 comme la 2ème en 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.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La clientèle qui choisit notre destination est majoritairement une clientèle de « repeater » qui appartient à une catégorie socio professionnelle supérieure et/ou même privilégiée : le budget vacances disponible des Américains voyageant à l'international est de + 8400 \$ 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 artistique contemporaine, et de cultures urbaines, nous permet, et nous donne toutes les chances, de séduire une clientèle de milléniaux et même 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_usa_mars_avril_2023.pdf](#) PDF – 738.63 Ko
- [Télécharger le document veille_internationale_australie_2023_03.pdf](#) PDF – 255.11 Ko

Le marché Etats-Unis en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ETATS-UNIS

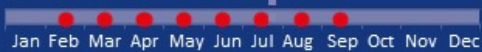
Quelques données économiques

 **334 MILLIONS** d'habitants
80000/habitant monnaie courante source IMI

 **2 % CROISSANCE** prévue de l'économie en 2023



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Taux de change



1.07 USD

Données touristiques en 2022



38.1 MILLIONS de voyages à l'étranger des Américains (Canada et Mexique) - Europe 20%

-14% Par rapport à 2019

5,5 MILLIONS d'arrivées d' Américains en France

3.6 MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme Américain

7,7 JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 2ème 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 | www.france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [2024 FICP Annual Conference - Denvers](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [ATTA Conference - Etats-Unis](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [IMEX America 2024](#) : Salons / Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [France 360 - Année 2024](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [ELEVATE - GTC ANNUAL EVENT](#) : Rencontres B2B / Professionnels 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 :	Rencontres B2B
Cibles :	Professionnels internationaux
Espaces et filières :	Activités outdoor

L'Adventure Travel Trade Associate tient sa conférence annuelle "Adventure Elevate" North America. Une formidable opportunité de valoriser les activités outdoor de votre destination.

OBJECTIFS

- Promouvoir votre région auprès des tour-opérateurs spécialisés outdoor, adventure....
- Générer des nouveaux contacts
- Rencontres professionnelles afin d'accroître les ventes

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations

Nombre de partenaires souhaités :

4 à 5 partenaires

CONDITIONS

Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : Entre \$950 HT et \$1800 HT en fonction des options

FORMAT

Liste des sessions :

ATTA Conference - Etats-Unis

Date de début

11 juin 2024

Date de fin

13 juin 2024

Date limite d'inscription

20 mai 2024

Lieu :

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention : Etats-Unis

Type de rendez-vous : Salons

Cibles : Organismes 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 Mandalay 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, Hôtelières, 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 :

Organismes 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 :	Brésil	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, du Brésil ainsi que les marchés clés d'Amérique du Sud. Le dossier technique de l'opération sera disponible courant avril 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

Indicateur de performance :

Événement de 3 jours en présentiel , 1 jours et demi de workshop (rdv pre-programés, diner de gala, Ateliers de formation

Edition précédente :

- Nombre d'acheteurs participants

- Nombre de rendez-vous commerciaux

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

ELEVATE - GTC ANNUAL EVENT

PRESTATION

Marchés d'intervention :

Etats-Unis

Type de rendez-vous :

Rencontres B2B

Cibles :

Professionnels internationaux

Conférence annuelle du Groupe Travel Collection - Internova

OBJECTIFS

- Promouvoir votre région auprès des agents de voyages d'Internova
- Générer des nouveaux contacts
- Rencontres professionnelles afin d'accroître les ventes

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Début 2024

Précisions tarifaires :

\$7,000 HT

FORMAT

Liste des sessions :

ELEVATE - GTC ANNUAL EVENT

Date de la session

01 juin 2024

Date limite d'inscription

20 mai 2024

Lieu :

Format de l'opération :

Conférence annuelle du [Groupe Travel Collection - Internova](#)

3 jours de conférences, dîner de Gala

Profil visiteur :

Agents de voyage

Visiteur attendu :

plus de 500

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

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

Les opérations à la carte

- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [Campagne The French Way](#) : Campagnes
- [Webinaire](#) : Formations
- [Campagne #ExploreFrance 2024](#) :
- [PBS TV SHOW Discover France with Darley Newman](#) : Campagnes
- [ACTION VIRTUOSO](#) : Campagnes
- [Programme france en e-learning - module expert](#) : Formations
- [Let's go to France - AAA travel](#) : Campagnes
- [IHeart Radio 276 Auditeurs - Contenu Campagne](#) : Campagnes
- [Travel to France with Hopper & Capital One - Contenu Campagne](#) : Campagnes
- [American Content Creators Week in France - Campagne de Communication:](#) :
- [Elevating Mobile Ads for the US Luxury Market - Campagne de Conversion](#) : Campagnes
- [Etats-Unis - Choose France Experience](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Etats-Unis - France Shopping Destination](#) : Campagnes / Grand public international

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

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

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

OBJECTIFS

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

FORMAT

Format de l'opération :

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

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

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.

OBJECTIFS

- Renouveler l'image de la destination France
- Créer la préférence auprès des professionnels à l'international

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'événements, 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

Marchés d'intervention :
Type de rendez-vous :

Etats-Unis
Formations

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

OBJECTIFS

- Informer des nouveautés et actions de votre destination
- Promouvoir votre destination
- Développer et maintenir le contact avec des agences de voyages et Tours Opérateurs

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

Marchés d'intervention :

Allemagne Belgique Canada Espagne Etats-Unis Italie Pays-Bas Royaume-Uni

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.

OBJECTIFS

- Rassurer les touristes sur les conditions d'accueil (sanitaires et expériences plaisirs)
- Positionner la France autour du Tourisme durable, du plaisir et de la convivialité
- Stimuler les envies de voyage en France et déclencher des réservations de séjours

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

PBS TV SHOW DISCOVER FRANCE WITH DARLEY NEWMAN

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Etats-Unis

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.

OBJECTIFS

- Notoriété par la mise en avant de la diversité de l'offre
- Rassurer le consommateur sur la destination et ses avantages
- Créer de l'engagement et générer de l'attractivité

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 ou 7 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

ACTION VIRTUOSO

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Etats-Unis

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

OBJECTIFS

- Informer des nouveautés et actions de votre destination
- Promouvoir votre destination
- Développer et maintenir le contact avec des agences de voyages

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

PROGRAMME FRANCE EN E-LEARNING - MODULE EXPERT

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Etats-Unis

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"

OBJECTIFS

- Informer des nouveautés et actions de votre destination
- Promouvoir la diversité de l'offre française
- Certifier les Agents de Voyage

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Etats-Unis

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.

OBJECTIFS

- Accroître la notoriété de la destination
- Renforcer l'envie de découvrir la France
- Acquérir de nouvelles clientèles. Augmenter le nombre de réservations.

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Etats-Unis

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 reseaux sociaux.

OBJECTIFS

- Accroître la fréquentation des audiences 25+ et milléniales affluentes
- Fidéliser cette audience pour leur faire découvrir les différentes régions de la France
- Accroître le volume de réservations de voyages à destination de la France.

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

TRAVEL TO FRANCE WITH HOPPER & CAPITAL ONE

- CONTENU CAMPAGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Etats-Unis

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.

OBJECTIFS

- Accroître la notoriété de la destination auprès de la génération Z, Millenial, GenX et Bommers Affleunts
- Élargir l'accès à une diversité de destinations françaises et d'activités touristiques
- Accroître le volume de réservations de voyages à destination de la France.

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

AMERICAN CONTENT CREATORS WEEK IN FRANCE

- CAMPAGNE DE COMMUNICATION:

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Etats-Unis

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.

OBJECTIFS

- Accroître la fréquentation des visiteurs afro-américains et collaborer avec BTA
- Diffusions de contenus sur la France adaptés pour le marché afro-américain
- Augmenter l'accès à une diversité de produits au public afro-américain

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

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

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous :

Etats-Unis

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.

OBJECTIFS

- Accroître la notoriété de la France et de ses Territoires de Manière Granulaire
- Générer un volume élevé de qualité en vue de la conversion.

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

Marchés d'intervention :	Etats-Unis
Type de rendez-vous :	Rencontres B2B
Cibles :	Professionnels internationaux
Espaces et filières :	Travel Tech

Nous vous proposons de participer à un évènement démarchages auprès des corpos et agences dans 3 bassins des Etats-Unis. Ainsi qu'à un évènement networking (cocktail reception), en partenariat avec Business France, afin de mettre en avant la "French Tech" et les start ups tourisme.

OBJECTIFS

- Rencontrer des décideurs et influenceurs corporate
- Partager les dernières actualités de développement et les produits français
- Renforcer l'image 'smart tech' de la France face aux autres destinations européennes

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

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

Nombre de partenaires souhaités :

3-10 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Démarchages (4-5 rendez-vous qualifiés/jour).
Expérience immersive et technologique avec approches sensorielles et projections d'images
Cocktail dinatoire dans un lieu attrayant pour 15-20 clients
MICE + 1-5 médias)

Indicateur de performance :

nombre de rendez vous
taux de concrétisation à 3-6 mois après enquête

Profil visiteur :

Organisateurs d'événements (Agences MICE+Corporate+Associations), presse/influenceurs

Media / Support :

Communication en amont sur les réseaux sociaux (Linkedin, Twitter)
2x newsletter dédiées en amont et en aval de l'opération
Signalétiques pour les exposants durant l'évènement

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 :

Campagnes

Cibles :

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.

OBJECTIFS

- Notoriété
- Générer de l'engagement
- Encourager les visites en magasin

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

