RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Etats-Unis 2026 - Workshop Oenotourisme - Taste of France à New York

PRESTATION ÉTATS-UNIS

Type de rendez-vous :

Evénement grand public

Marchés d'intervention :

Etats-Unis

Public attendu :

Grand public international

A partir du
01 mai 2026
Les modalités tarifaires seront communiquées prochainement. Pour en savoir plus, veuillez contacter le responsable de pôle.

La campagne Taste of France, soutenue par le Ministère de l'Agriculture français, promeut la gastronomie et les boissons françaises à l'échelle mondiale depuis 2019, couvrant des régions comme l'Allemagne, la Chine, Hong Kong, les États-Unis et bien d'autres. Elle met en avant des marques

françaises sélectionnées dans le cadre d'activités promotionnelles, bénéficiant du financement du Ministère pour un retour sur investissement solide et facilitant la création de contenu de haute qualité.

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

Pourquoi participer

- Visibilité accrue : Augmentez votre visibilité auprès d'un public international passionné par le vin.
- Valorisation des terroirs : Mettez en avant la richesse et la diversité des terroirs français à travers des dégustations exclusives.
- Réseautage privilégié : Rencontrez des experts et des partenaires potentiels dans le domaine de l'œnotourisme

"Taste of France" est un rendez-vous phare qui célèbre l'art de vivre à la française à travers des démonstrations culinaires, des dégustations de produits emblématiques, des animations culturelles et des rencontres avec des destinations françaises. Organisé dans un lieu à forte affluence et avec une scénographie soignée, l'événement offre aux visiteurs une expérience immersive de la France, ancrée dans les thématiques du bien-manger, du patrimoine et du voyage.

Les partenaires bénéficient d'un espace dédié pour valoriser leur identité, leurs offres et leurs produits, tout en engageant directement le public par des expériences sensorielles, ludiques et interactives. Le dispositif est renforcé par une campagne de communication digitale sur les canaux France USA, avant, pendant et après l'événement.

Description

Pas de session prévu pour le moment.
Lieu
New York
Format de l'operation
Événement d'une journée sur le thème du voyage en France à New York courant printemps-été 2026.
Animations incluant des cours de cuisine française, des dégustations de vins, et des ateliers d'accords mets-vins.
Décor et produits français pour créer une ambiance agréable et "Instagrammable".
Promotion numérique : 2 annonces pleine page dans la presse pour faire la publicité de l'événement et des sponsors (une annonce en été et une en automne).
200 participants comprenant des leaders d'opinion clés, des influenceurs, ainsi que des VIP du secteur et des consommateurs.
Indicateurs de performance
Une audience qui a considérablement augmenté, avec plus de 130 000 abonnés sur Facebook, dont 45 500 sur le compte américain, et près de 60 000 abonnés sur Instagram.

Média / support

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

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

Cible du rendez-vous

Profil des participants ciblés
Grand public urbain (25–65 ans), majoritairement new-yorkais, voyageurs potentiels vers la France (cultivés, engagés, gourmet, francophiles), amateurs de gastronomie, de patrimoine, de design, d’art de vivre, presse locale et influenceurs lifestyle

Partenaires

Profil des partenaires ciblés
Régions et destinations françaises, CRT, offices de tourisme, acteurs du tourisme œnologique...

Contact(s)

Erika ELISABETH
- 2127450987
- erika.elisabeth@atout-france.fr