Etats-Unis - Napa Valley Festival 2026

PRESTATION ÉTATS-UNIS

Type de rendez-vous :

Evénement grand public

Marchés d'intervention :

Etats-Unis

Public attendu :

Grand public international Médias internationaux

A partir du
10 juillet 2026
3 000€ HT par partenaire avec 1 représentant.e pour un minimum de 8 partenaires inscrits.?
*Majoration de 25 % pour les participants non-membres Atout France.

Le Festival Napa Valley est l'un des plus grands événements caritatifs artistiques du pays, ce festival se structure sur les thèmes du vin et de la musique classique avec plus de 60 représentations dans des lieux différents et exclusifs du 10 au 19 juillet 2026. ?Situé au cœur des vignobles de la Napa Valley, en

Californie, chaque concert est accompagné de dégustations de vins et spiritueux. Le festival accueille 15 000 participants, il s'agit d'une clientèle très aisée avec le ticket journalier à 195$ et le ticket VIP à partir de 4000$.
En 2026, la France sera le pays à l'honneur de ce Festival pour célébrer les 250 ans de l'amitié Franco-US. Nous tiendrons un espace France avec des dégustations de vins et spiritueux francais pour faire connaître nos régions et nos produits auprès de ce public VIP dans un cadre luxueux.

Pourquoi participer

- Gagner en notoriété auprès d'une audience large, très fortunée, avide de voyages et vins
- Participer à un éductour pour rencontrer les acteurs locaux de l'oenotourisme aux Etats-Unis
- Bénéficier de retombées médiatiques grâce au Festival et via les communications Atout France

Description

Pas de session prévu pour le moment.
Lieu
Napa Valley, Californie
Format de l'opération
Vendredi 10 juillet 2026 – Voyage d'étude?
Samedi 11 juillet 2026 – Journée sur le Festival?
Dimanche 12 juillet 2026 – Fin de l'opération?

Retour sur l'édition précédente
Retombées médiatiques de l'événement? en 2025 :
- **1 467 articles** publiés dans la presse papier et digitale?
- **4 778 928 029 impressions digitales**?

Dont visibilité sur le site internet avec 143k visiteurs uniques, 9.5k abonnés sur Instagram et 29,4k abonnés sur Facebook?
- **Newsletter** envoyée aux **24 000** abonnés du Festival?
- Apparition dans le magazine officiel du festival avec **12 500 copies** imprimées?

Réseau social
https://festivalnapavalley.org/

Conditions

Précisions sur la date limite d'inscription
Date limite d'inscription : vendredi 20 mars 2026
Précisions tarifaires
Ne sont pas compris dans le tarif :
- Les billets d'avion transatlantique?
- Les bouteilles de vins et spritueux pour la distribution?
- Les transferts vers l'aéroport?

Cible du rendez-vous

Profil des participants ciblés
- 1 000 VIP appelés les "patrons"?

En moyenne leur fortune estimée à $50 Millions par VIP, ce sont des PDG, leaders d'opinion ou entrepreneurs. Agés en moyenne de 59 ans, ils sont pour la plupart retraités et voyagent plusieurs fois par an. Beaucoup possèdent des avions privés et sont à la recherche de nouvelles destinations de

voyage luxueuses et en dehors des clichés de la France (Paris).?

- 14 000 participants ?
Avec un salaire moyen de $221k, ce sont des participants aisés avec un intérêt prononcé pour le vin et donc l'oenotourisme. Agés en moyenne de 50 ans, 64% d'entre eux habitent en Californie. Près de 1/3 sont auto-entrepreneurs ou chef d'entreprise et ont le temps de voyager. 70% sont en couple ou mariés et donc voyagent à plusieurs.
Nombre de participants attendus
- Journée au Festival : nous attendons 1 600 participants à cette journée, les billets sont déjà tous vendus. Nous pouvons anticiper environ 1 000 participants venant à l'espace France. Il faut être prêt à servir 1 000 échantillons.?
- Mini voyage d'étude : au minimum 2 visites guidées et rencontres avec des professionnels du secteur (responsables de domaines viticoles, acteurs du tourisme local...).?
- Presse : échange avec jusqu'à 5 journalistes spécialisés dans l'œnotourisme, les vins et les spiritueux.?
- Newsletter B2C : nous avons plus de 69 000 contacts dans notre base de données qui recevront la newsletter.

Partenaires

Nombre de partenaires souhaités
8 partenaires souhaités
Visibilité partenaire
- Visibilité avec la marque 'Festival Napa Valley'?
>Tenue d'une table avec signalétique, logo et badge avec votre logo et nom auprès de 1 000 festivaliers
>Mention sur la page dédiée France dans le magazine officiel du festival : 12 500 copies imprimées?
>Présence sur les posts et story du festival : Instagram (9.5k abonnés), Facebook (29k abonnés) et site internet (160k visiteurs uniques)?
>Visibilité lors de la vente-aux-enchères du Gala caritatif : présentation du lot et article dans le magazine dédié (sous réserve que vous fournissiez un lot).

- Réseaux sociaux Atout France?
> Mention sur une publication sur le compte LinkedIn Atout France US (6k abonnés) et Facebook (151k abonnés) avec des photos de notre participation au festival?
> Présence sur une publication sur le compte LinkedIn Atout France monde (108k abonnés)

Newsletter Atout France USA
Vous bénéficierez d'une insertion dans notre newsletter B2C. Envoyée mensuellement par notre bureau Atout France à New York, cette newsletter est dédiée au grand public américain qui a un intérêt fort pour la France. La base de données comprend plus de 69 000 contacts répartis dans l'ensemble du pays.

- Rencontres presse?
Atout France conviera des journalistes spécialisés vins et œnotourisme à la journée du 11 juillet. Votre venue et votre marque seront pitchees en amont du festival pour que les journalistes aient à coeur de vous rencontrer et découvrir vos produits.?
Meme si toutes les actions sont engagées afin de favoriser une couverture médiatique qualitative, il convient de rappeler que les décisions de publication demeurent à la discrétion des médias.?

Contact(s)

Sophie POUSSARDIN - Communications & pr coordinator - États-Unis (New-York)

- sophie.poussardin@atout-france.fr

Martin LHUILLIER - Responsable du pôle oenotourisme
- martin.lhuillier@atout-france.fr