



Plan d'actions Pôle Littoraux

Le littoral français métropolitain est, tant pour les clientèles françaises que pour les clientèles européennes, une destination touristique incontournable et constitue un poids lourd de notre économie touristique.

Totalisant 5 500 km de côtes littorales métropolitaines, dont 1 948 km de plages sur 4 façades maritimes (Nord - Manche, Ouest, Atlantique et Méditerranée), le littoral métropolitain français jouit d'une attractivité naturelle, en particulier lors de la saison estivale.

Chiffres clés

5 500
km de côtes

1 948
km de plages

37
millions de voyages
domestiques

Découvrir les actions du pôle Pôle Littoraux

La destination Littoral en France

L'un des défis des littoraux réside dans l'étalement de la saison touristique sur une période plus longue. En effet, outre leur attractivité naturelle, les littoraux sont également caractérisés par leur fragilité environnementale, dont la concentration des flux spatiaux et temporels accentue. L'enjeu est alors de continuer à accueillir des touristes et développer les offres touristiques, tout en considérant et respectant les écosystèmes locaux.

Les axes de travail du pôle

Atout France, s'engage aux côtés des professionnels à travers 4 axes principaux :

- **Recentrer les actions autour du partage des datas et de la prospective**, dans une logique interpoles, et/ou selon la spécificité de chaque pôle,
- **Appréhender les enjeux de l'offre par l'innovation**, les politiques de développement et la stratégie des opérateurs/investisseurs,
- **Capitaliser sur les réalisations et bonnes pratiques** issues des programmes AMI(s) et FTI(s),
- **Orienter les partenaires vers des actions mutualisées** portées par le GIE (études, marketing, etc)

Organisation du pôle

Geneviève Fontaine, Directrice générale de Destination Biarritz est Présidente du Pôle depuis octobre 2024.

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [WORKSHOP "EXPLORE FRANCE" A ISTANBUL](#) : Salons / Professionnels internationaux
- [France Outdoor & Active vacation Scandinavie](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

Marchés d'intervention : Turquie

Type de rendez-vous : Salons

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Shopping, Ville

Participez au workshop "Explore France" pour partir à la rencontre des professionnels du tourisme turc (tour-opérateurs, agences de voyage et agences MICE) à Istanbul, un marché à fort potentiel touristique juste en amont de la saison hivernale, particulièrement efficace pour les destinations "montagne".

OBJECTIFS

- Présenter et mettre en valeur l'offre française à travers la promotion: des régions, services d'hébergement et restauration, transport et conciergerie, loisirs et divertissements..
- Nouer et renforcer des liens avec les acteurs du tourisme local.
- Détecter les opportunités d'affaires à travers une sélection de professionnels turques identifiés pour leurs pertinence et potentiel

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels & privés (hôteliers, agences de voyage, parcs thématiques...)

Nombre de partenaires souhaités :

10 exposants

FORMAT

Liste des sessions :

Workshop "Explore France" Turquie

Date de la session : 11 septembre 2025

Date limite d'inscription : 15 août 2025

Lieu :

Turquie

Format de l'opération :

Workshop B2B a Istanbul suivi d'une soirée networking avec les decisionnaires et directeurs d'agences.

Indicateur de performance :

Nombre d'agences rencontrées

Profil visiteur :

Agences de voyage, tour-opérateurs et agences MICE

Visiteur attendu :

50 professionnels

Bergerard Elise elise.bergerard@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention : Danemark, Norvège, Suède

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Littoral , Montagne, Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme

Évènement afterwork en tournée dans les 3 pays scandinaves : Danemark, Suède et Norvège.
Thématiques : tourisme durable et séjours actifs (montagne toutes saisons, activités outdoor, vacances actives, activité impact carbone réduite).

OBJECTIFS

- Rejoindre les principaux acteurs du secteur touristique nordiques (OTAs, tour-opérateurs, MICE).
- Promouvoir les destinations, les filières et les nouveaux produits
- Renforcer, renouer et générer de nouveaux contacts avec les professionnels nordiques

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Agences de voyages, tour-opérateurs ski et séjours actifs, agences MICE, fédérations sportives, clubs, Presse et influenceurs spécialisés

Nombre de partenaires souhaités :

12 partenaires

Visibilité partenaire :

Catalogue dédié à l'évènement et E-news vers les professionnels du tourisme
Invitation électronique
Campagne dédiée sur LinkedIn
Suivi à tous les participants avec bilan, contacts et photos

FORMAT

Liste des sessions :

France Outdoor & Active vacation Scandinavie

Date de début	: 23 septembre 2025
Date de fin	: 25 septembre 2025
Date limite d'inscription	: 30 juin 2025

Profil visiteur :

Tour-opérateurs et agences

Visiteur attendu :

15 à 20 participants par ville

STEFANI - Marie marie.stefani@atout-france.fr

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

Les opérations à la carte

2024

- [Webinaire + Sponsoring "plateforme de formation en ligne"](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [Campagne digitale de notoriété et/ou trafic](#) : Campagnes

2025

- [Partenariat avec l'application Komoot - Pays-Bas](#) : Campagnes / Grand public français
- [Campagne de notoriété B2C digitale SUISSE](#) : Campagnes / Grand public international
- [Tournée Aarhus/Göteborg - Pays nordiques](#) : Rencontres B2B / Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [Ciné-tourisme \(K-Drama, cinéma, télé-réalité\)](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne « Ailes des saisons » avec l'OTA et KOL](#) : Campagnes / Grand public international
- [Sponsoring événementiel - Moyen-Orient](#) : Événement grand public / Grand public international
- [CAMPAGNE D'INFLUENCE - PAYS DU GOLFE](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne conversion Wego - Pays du Golfe](#) : Campagnes / Grand public international
- [Démarchage B2B - Moyen-Orient & Turquie](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Australie-Campagne Digitale BtoB Distribution Grands Groupes](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [Australie-Campagne Digitale BtoB TO & Agence de voyages](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [Australie-Campagne BtoB Travel Trade Connect](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [Accueil de presse "France durable"](#) : Communication B2B / Grand public international, Médias internationaux
- [Emission de TV Grand Public - Campingtijd - Pays-Bas](#) : Campagnes / Grand public français
- [Emission de TV Grand Public - Chicks Love Food - Pays-Bas](#) : Campagnes / Grand public français
- [Campagne Newsletter Grand Public - Pays-Bas](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne Cyclotourisme - Pays-Bas](#) : Campagnes
- [France Media Pack Allemagne, Autriche, Suisse](#) : Campagnes / Grand public international
- [Pays-Bas - Campagne Hôtellerie de Plein Air - glamping](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne de communication digitale FIT avec KOLs et OTA](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne destination B2C Autriche](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne presse grand public](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne de conversion/ventes TO Pays nordiques](#) : Campagnes / Grand public international

- [E-WORKSHOP B2B « France JEWELS » - Hong Kong, Singapour et Taïwan](#) : Rencontres B2B
- [Australie-Workshop B2B Digital France](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Workshop France en Allemagne](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

WEBINAIRE + SPONSORING "PLATEFORME DE FORMATION EN LIGNE"

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Transport, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Travel Tech, Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Ce package vous offre une visibilité de 30 jours sur notre plateforme de formation en ligne "France Connaisseur", dédiée aux agents de voyages et tour-opérateurs Canadiens. Votre marque sera présente dans l'ensemble de l'écosystème de la plateforme de formation : email de bienvenue, notifications et relances, vidéo tutoriel.

Lors de ce mois de visibilité, bénéficiez d'un webinaire en 2 sessions (FR/EN) de 45min à 1h pour prendre la parole devant les agents connectés pour promouvoir vos offres et votre territoire !

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

Période à choisir : 30 jours de visibilité sur "France Connaisseur" renforcée par un webinaire B2B en deux sessions (francophone et anglophone) durant l'activation.

Profil visiteur :

Professionnels du voyage sur le marché canadien francophone et anglophone : agents de voyages, tour-opérateurs, transporteurs.

Nombre de participants attendus aux webinaires	50 à 150
--	----------

Nombre d'apprenants sur "France Connaisseur"	588
--	-----

Guimas - Edouard edouard.guimas@atout-france.fr
Marine Almeras marine.almeras@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Espaces et filières : Slow tourisme , Tourisme durable , Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Littoral , Montagne, Énotourisme

Campagne de notoriété digitale via des formats divers : spot vidéo, bannière, native ads, social ads avec achat d'audience très ciblée impactée sur des sites divers.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

CRT - CDT - Offices de tourisme - Agences d'attractivité - Privés

FORMAT

Format de l'opération :

- Possibilité de création de microsite sur france.fr ou site du partenaire.
- Création de formats publicitaires (spots vidéo, bannières, native ads, posts/reels/stories FB/IG...)
- Plan média pour campagne programmatique: achat d'audience ciblée
- Plan média pour campagne réseaux sociaux
- **Nouveauté: Action TV à la demande (Streaming) sur des chaînes régionales (au choix selon la cible à toucher) avec création de spot inclu créé sur la base de rushes du partenaire.**

Indicateur de performance :

Impressions, Visites à la web (lorsque le contenu dirige vers france.fr), spots vus, spots vus 100%, vidéos views, vidéos views 100% clicks, CTR, CPC, CPV,

Media / Support :

Sites externes (quotidiens, revues voyages, lifestyle, TV à la demande (streaming), programmatique, etc....) - Réseaux sociaux

Reseau social :

[MARCHÉ ESPAGNE](#)

ROMERO - Marie-José marie-jose.romero@atout-france.fr

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

PARTENARIAT AVEC L'APPLICATION KOMOOT - PAYS-BAS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public français

Espaces et filières : Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Outre-mer , Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Komoot est une application de planification et d'inspiration d'itinéraires outdoors avec plus de 40 millions d'utilisateurs. Elle est la numéro 2 mondial des applications et la première communauté européenne autour de l'outdoor.

Grace a Komoot, les amateurs d'activités de plein air peuvent trouver, planifier puis partager leurs aventures en pleine nature. Des millions d'amoureux de la nature ont un profil Komoot. Ils y cherchent l'inspiration pour leur prochain parcours à vélo ou leur randonnée, qu'ils soient débutants ou experts dans leur pratique sportive.

Aux Pays-Bas, l'application compte près d'1,8 millions d'utilisateurs.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés, ciblant la clientèle néerlandaise (famille, couples)

FORMAT

Format de l'opération :

- Sélectionnez votre groupe cible (Randonneurs, Adeptes de VTT, Amateurs de balades à vélo, cyclistes sur route, Coureurs)
- Création d'un compte partenaire pour construire votre présence sur Komoot
- Créez des collections incluant vos itinéraires iconiques (vélo ou rando)
- Suivez la performance de vos campagnes et connaissez précisément l'activité de nos utilisateurs dans votre région
- Intégrez vos itinéraires sur votre site-web, partager des codes-promos régionaux redirigeant directement sur votre site-web
- Après la période de publicité, la Collection continue d'être affichée grâce à une portée organique gratuite.

Indicateur de performance :

- Nombre de collections créées
- Nombre de vues
- Nombre de clics
- Cout par clic
- Engagement généré

Media / Support :

Application

DUCHENE - Nolwenn nolwenn.duchene@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Littoral , Vélotourisme

Promotion et campagne d'image et de notoriété d'une destination ou produit sur France.fr , avec création et diffusion de contenu vers des cibles définies sur nos RS et déployée grâce à un investissement média.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

Avion individuelle

FORMAT

Lieu :

Indicateur de performance :

Impressions / CPC / CPM

Media / Support :

Réseaux sociaux, E-mailing et France.fr

Baville - Clotilde clotilde.baville@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Evènement/workshop dans les deux villes secondaires de 2 pays Scandinaves avec un fort potentiel pour le tourisme vers la France : Aarhus au Danemark et Göteborg en Suède. Workshop en présentiel, organisé autour d'un déjeuner avec des rendez-vous non programmés pour les professionnels du tourisme loisirs des pays nordiques

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
4 à 6

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
2 workshops avec présentation des destinations partenaires suivi de RDVs individuels non-programmés

Profil visiteur :
TO, MICE, Agence de voyages

Visiteur attendu :
12 à 15 par ville

Media / Support :
Invitation électronique avec profil individuel avec des liens directs vers vos sites web respectives.
Campagne de Posts dédiés sur le compte LinkedIn Atout-France

STEFANI - Marie marie.stefani@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Gastronomie , Golf, Littoral , Luxe, Œnotourisme

Le cinéma sud-coréen, en complément des K-dramas et des émissions télévisées, joue un rôle croissant dans la promotion touristique en Corée du Sud. Grâce à leur renommée internationale, ces films et séries offrent une vitrine exceptionnelle pour dévoiler des destinations françaises inédites. La popularité des films et séries sud-coréennes s'étend au-delà de l'Asie, touchant également le Moyen-Orient, l'Amérique du Sud, et même l'Europe, créant ainsi une opportunité unique de valoriser des lieux et des sites présentés lors des tournages de séries et/ou d'émissions.

OBJECTIF

FORMAT

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (Comité Départemental du Tourisme du Tourisme, Comité Régional du Tourisme, Office de tourisme), entreprise privée (Hôtel, Restaurant, Musée, etc)

Format de l'opération :

- Proposition des sites de tournage au producteur du Cinéma ou d'une émission télé
- Aide au tournage sur place : autorisations de tournage, de parking, de filmer avec un drone, etc.
- Prise en charge des prestations de l'équipe du tournage : hôtels et/ou des restaurants
- Promotion online de la série, ou du film, de l'émission en présentant la destination sur les canaux Atout France Corée du Sud (création d'articles sur France.fr/ko, de posts sur Naver Blog et Facebook, envoi d'une e-newsletter Grand Public)
- Envoi d'un communiqué de presse concernant le tournage ainsi que la destination
- Thématiques : Tourisme Urbain, Gastronomie, Œnotourisme

Profil visiteur :

Grand public coréen et international, téléspectateurs des plateformes de streaming

CHUNG - Hye-won hye-won.chung@atout-france.fr

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

CAMPAGNE « AILES DES SAISONS » AVEC L'OTA ET KOL

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Bien être, Littoral , Montagne, Slow tourisme , Ville

Une campagne de notoriété et de promotion en partenariat avec une OTA sud-coréenne. Nous organiserons un accueil sur mesure en collaboration avec des Youtubeurs ou Instagrameurs sud-coréens renommés afin de créer des contenus de qualité valorisant les offres françaises et encourageant les voyages lors des "Ailes des saisons". Par la suite, une campagne de notoriété et de conversion sera déployée sur les canaux des influenceurs, sur la plateforme de l'OTA, ainsi que sur celle d'Atout France Corée du Sud afin d'inciter les visiteurs à explorer ces destinations.

OBJECTIF

FORMAT

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (Comité Départemental du Tourisme du Tourisme, Comité Régional du Tourisme, Office de tourisme)

Format de l'opération :

Accueil de 1 ou 2 KOL

Création des contenus par le(s) KOL

Diffusion des contenus avec une campagne de conversion sur les canaux d'influenceur(s), d'OTA et d'Atout France

Suivi et gestion des retombées, Remise d'un bilan

Thématiques : Tourisme Durable, Énotourisme / Gastronomie, Slow Tourisme

Profil visiteur :

DINKs (jeunes couples et seniors actifs), Jeunes couples sans enfants

Park - Seonju seonju.park@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Événement grand public

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Culture & patrimoine, Littoral , Luxe, Montagne, Shopping

Distinguez-vous sur un événement B2C cle et thématique de la région. Atout France identifie pour vous les meilleures opportunités de visibilité selon les audiences de vos destinations (Ladies Club, Gala Dinner, Compétitions sportives et F1, TimeOut Market...) pour vous faire connaître et accroître votre notoriété auprès d'une clientèle haut de gamme.

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Action de sponsoring sur un événement grand public VIP et qualifié.

Indicateur de performance :

Nombre de contacts

Visibilité sur les supports de communication/médias

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Montagne, Shopping, Ville

Boostez votre visibilité et devenez LA destination tendance des clientèles du Golfe pour la prochaine saison ! Atout France vous propose une campagne alliant la notoriété des influenceurs de la région combinée à la force de conversion des OTA ou agences de voyage locales. Un 2-en-1 qui vous permettra de vous distinguer et de capter de nouvelles clientèles.

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

2025 :

- Accueil influenceur
- Campagne réseaux sociaux
- Promotion du package via l'influenceur ou OTA/AGV

2026 :

- Publication "reminder"

Indicateur de performance :

Reach, publications et engagement
Nombre de réservations

Profil visiteur :

Influenceur voyage ou thématique

Media / Support :

- RS France.fr, influenceur et OTA/AGV
- Site France.fr et OTA/AGV

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Transport, Culture & patrimoine, Littoral , Luxe, Montagne, Shopping, Ville

Rendez votre destination visible sur la plateforme de réservation de référence dans la région dans le cadre d'une campagne en ligne de notoriété et de conversion. Acteur majeur et incontournable de l'industrie touristique au Moyen-Orient, Wego propose des collaborations sur mesure permettant de faire connaître votre destination ainsi que d'activer les réservations.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (CRT - CDT - Métropoles)

Nombre de partenaires souhaités :

1 partenaire

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Campagne de notoriété et de conversion
- Création des formats publicitaires
- Plan media incluant des actions *inkind* et des actions sur des sites externes

Indicateur de performance :

- Impressions/Impacts - Clicks - Reach - Vidéos vues
- CPC - ventes et % augmentation vs N-1

Media / Support :

Site et application Wego - Sites externes - Réseaux sociaux - Radio online - Medias

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Transport, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Shopping, Ville

Démarchage personnalisé incluant un accompagnement Atout France optionnel, dans les principales villes de la region Moyen-Orient et Turquie.

L'objectif est de tisser un lien fort avec les professionnels du tourisme de la region afin d'accroître la présence de la France dans leur programmation.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

1 à 4 partenaires par démarchage

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

5 RDV par jour | Démarchage de 2 à 3 jours maximum par ville

Profil visiteur :

Tour-opérateurs, agences de voyage et agences MICE

Visiteur attendu :

5 agences par jour

Maud Brunet maud.brunet@atout-france.fr

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

AUSTRALIE-CAMPAGNE DIGITALE BTOB DISTRIBUTION GRANDS GROUPES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Luxe, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Campagne digitale vers les agents de voyages du réseau Infinity en Australie, grand grossiste / wholesaler, appartenant au groupe Flight Centre, avec mise en avant de produit d'une destination et boost des ventes.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret

Nombre de partenaires souhaités :

1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Campagne en ligne vers les agents de voyages du réseau Infinity en Australie, avec création d'une landing page avec des produits clefs en main d'une destination, et promotion de cette campagne via les outils de communication du groupe d'agents de voyage et les outils de communication Atout France (enewsletters).

Indicateur de performance :

Impressions et taux d'ouverture

ROI/ Ventes

Profil visiteur :

Agents de voyage

Visiteur attendu :

50

Media / Support :

Outils de communication de du grand groupe d'agents de voyage et des canaux Atout France vers les professionnels

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Grands évènements , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Enotourisme

Campagne vers les agents de voyages, wholesalers et tour-opérateurs en Australie, avec le soutien des fédérations professionnels des agents de voyage (ATIA) et/ ou des tour-opérateurs (CATO)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret, agences receptives

Nombre de partenaires souhaités :

1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Mise en avant de votre destination ou produit via les outils de communication des fédérations professionnelles du tourisme en Australie (ATIA et CATO) et les outils de communication d'Atout France, incluant une newsletter, des postes sur les réseaux sociaux professionnels et un blog post sur ATAS.

Indicateur de performance :

Impressions et taux d'ouverture
ROI/ Ventes

Profil visiteur :

Agents de voyages, tour-opérateurs, wholesalers

Visiteur attendu :

50

Media / Support :

Outils de communication de CATO ou ATIA

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Luxe, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Campagne en ligne avec le media Travel Trade Connect qui est une base de données de 900 agents de voyages indépendants en Australie.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret, agences receptives

Nombre de partenaires souhaités :

1 aa 5

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Campagne en ligne sur le media Travel Trade connect avec une presence d'un article disponible aupres des 900 agents de voyage independants, incluant une ressource telechargeable.

La campagne inclut aussi un relais sur les outils de communication de Travel Trade Connect et Atout France

Indicateur de performance :

Impressions et visites de l'article

Prises de contacts avec les agents de voyage

Profil visiteur :

Agents de voyages, principalement independants

Visiteur attendu :

100 visites

Media / Support :

Site internet [Travel Trade Connect](#)

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Communication B2B, Événement grand public

Public attendu : Grand public international, Médias internationaux

Espaces et filières : Slow tourisme , Tourisme durable , Activités outdoor, Bien être, Littoral , Montagne

Depuis l'apparition de la Covid-19, la nouvelle tendance « Voyage en pleine nature » gagne en popularité en Corée du Sud. Beaucoup de Sud-coréens se tournent vers les destinations vertes. Le sondage réalisé par Booking.com (juin 2023) révèle que 81% des voyageurs sud-coréens ont exprimé le désir d'effectuer un voyage durable au cours des 12 prochains mois. Atout France Corée sensibilisera le grand public à l'offre française durable et écoresponsable grâce à un accueil de presse avec des principaux médias sud-coréens dûment sélectionnés. Mots-clés principaux de l'accueil : Nature, Eco-Tourisme, Local, Pique-nique, Hors des sentiers battus.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (Comité Départemental du Tourisme du Tourisme, Comité Régional du Tourisme, Office de tourisme)

FORMAT

Format de l'opération :

- Accueil de 3-4 journalistes, 1 photographe et 1 accompagnateur Atout France
- Choix et recrutement des supports invités, Préparation et traduction du dossier, Réservation et gestion des billets d'avion, Réunion de préparation avec les journalistes, Assistance durant tout le voyage (back2back), Remise des données pour l'écriture du/des articles aux participants, Suivi et gestion des retombées, Remise d'un clipping complet avec la contre-valeur publicitaire
- Thématiques : Tourisme Durable, Slow Tourisme, Cyclotourisme, Énotourisme / Gastronomie

Indicateur de performance :

Retombées médiatiques générées

Profil visiteur :

Millennials, DINKs (jeunes couples et seniors actifs), Jeunes couples sans enfants

Media / Support :

Presse : Tous support online et offline spécialisé tourisme et/ou lifestyle, culture, gastronomie, art de vivre

Park - Seonju seonju.park@atout-france.fr

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

EMISSION DE TV GRAND PUBLIC - CAMPINGTIJD - PAYS-BAS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public français

Espaces et filières : Littoral , Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Accueillez les équipes de l'émission télévisée Campingtijd dédiée à l'hôtellerie de plein air, de la chaîne RTL 4 (chaîne privée leader aux Pays-Bas), pour un épisode consacré à votre destination. Lors de cet épisode, les présentateurs Sander ou Jessica découvrent de 1 ou 2 campings de la destination et explorent les lieux de visites incontournables dans les alentours.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés, ciblant la clientèle néerlandaise (famille, couples)

FORMAT

Format de l'opération :

Une émission dédiée à votre destination. Chaque émission dure 22 minutes et est présentée par Sander ou Jessica. L'émission est diffusée en prime time le dimanche à 17h30 puis on compte en moyenne 6 rediffusions au cours de l'année.

Indicateur de performance :

- Nombre de téléspectateurs en prime time
- Nombre de téléspectateurs lors des rediffusions

Media / Support :

Télévision

DUCHENE - Nolwenn nolwenn.duchene@atout-france.fr

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

EMISSION DE TV GRAND PUBLIC - CHICKS LOVE FOOD - PAYS-BAS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public français

Espaces et filières : Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Les influenceuses culinaires Nina et Elise, du blog culinaire le plus populaire des Pays-Bas Chickslovefood, partent à l'étranger pour découvrir les différentes spécialités gastronomiques, dans le nouveau programme de RTL4 ' Chickslovefood on tour'.

Chaque semaine, un nouveau pays, une région ou une ville occupe le devant de la scène. Nina et Elise recherchent des saveurs authentiques, goûtent les délices locaux et explorent les lieux emblématiques de la région.

Les blogueuses proposent un programme TV cross-média innovant notamment grâce à l'utilisation de QR codes. Dès la fin de l'épisode, le téléspectateur peut télécharger la brochure de voyage numérique sur leur blog.

L'objectif du voyage est simple : inspirer le téléspectateur avec des images mettant en avant la destination.

Le téléspectateur n'a pas besoin de chercher les meilleurs endroits pour se loger ou pour manger, tout est dans la brochure de voyage numérique. Au cours du voyage, elles trouvent de l'inspiration pour créer de nouvelles recettes simples à partir de produits locaux, leur spécialité.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés ciblant la clientèle néerlandaise (familles, couples)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Chaque émission dure 22 minutes + 3min de recette dans leur studio de cuisine aux Pays-Bas, au cours desquelles les blogueuses reproduisent une recette de la région, à la manière des 'Chicks' : avec seulement 5 ou 6 ingrédients et peu de temps.

Media package 1 :

Emission entière dédiée à votre destination

1 article de blog avec la brochure de voyage façon CLF téléchargeable

Media package 2 :

Emission entière dédiée à votre destination

4x contenus en ligne :

- 10x adresses culinaires incontournables de Saint-Martin sur le blog et les réseaux sociaux
- Brochure de voyage façon CLF téléchargeable sur le blog et partage sur les réseaux sociaux
- Réels sur Instagram et Tiktok
- Contenu au choix, par exemple partage d'un bon plan dans la région

Indicateur de performance :

- Nombre de téléspectateurs en prime time
- Nombre de téléspectateurs lors des rediffusions
- Nombre de téléchargement de la brochure

Media / Support :

Television

DUCHENE - Nolwenn nolwenn.duchene@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Littoral , Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Insertion dans la newsletter grand public mensuelle d'Atout France Pays-Bas, avec un lien vers votre site web.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés ciblant la clientèle néerlandaise (familles, couples)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Insertion dans notre newsletter mensuelle (édition de votre choix) ou la création d'une newsletter dédiée diffusée à nos 10.772 contacts abonnés.

- Lien de renvoi vers le dispositif France.fr ou le site de votre choix.
- Thématique de votre choix, par exemple :
 - Que faire dans votre destination ?
 - Les incontournables de votre destination
 - Les balades natures autour de votre destination

Indicateur de performance :

- Taux de clics et nombre de clics sur l'insertion
- Taux d'ouverture moyen

Media / Support :

Newsletter

DEN BROEDER - Eva eva.den-broeder@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Espaces et filières : Tourisme durable , Vélotourisme, Montagne, Campagne , Littoral

Campagne promouvant le cyclotourisme dans toutes ses pratiques : vélo de route, VTT, VAE, gravel bike, vélo sportif / montagne...

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés avec une offre d'itinéraires et offres cyclo

FORMAT

Format de l'opération :

Campagne multimedia avec base package numérique social media (Facebook/Instagram/Pinterest/TikTok)

Print (si souhaité) : publiédactionnel dans un magazine affinitaire (FietsActief, Fiets, Wielerfiets...)

Sur demande : partenariat commercial avec un TO spécialisé

Nouveaux médias spécialisés :

- **Cyclingdestination.cc** : actif sur leur site web (25 000 visites uniques par mois), Instagram (+ de 2 700 abonnées) et LinkedIn (+ de 1 600 abonnés)

Ils touchent plus de 50 000 passionnés de cyclisme par mois.

- **Zijwielrent** : focus sur les femmes cyclistes. Attire entre 15 000 et 20 000 visiteurs uniques par mois. Relais sur leurs réseaux sociaux (Instagram, Facebook et X/Twitter).

Indicateur de performance :

Numérique : reach / Impressions, taux de clics et d'engagement.

Presse Magazine : lectorat et tirage

Media / Support :

Réseaux sociaux, sites web et magazines affinitaires vélo / pleine nature.

DEN BROEDER - Eva eva.den-broeder@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Activités outdoor, Transport, Bien être, Culture & patrimoine,

Espaces et filières : Gastronomie , Littoral , Luxe, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow
tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Communication auprès du grand public allemand, autrichien et suisse via l'écosystème d'Explore France
(newsletter B2C & réseaux sociaux)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

action individuelle

FORMAT

Format de l'opération :

Nous vous proposons une communication "à la carte" selon le plan de publication de notre **E-Newsletter** envoyée 10 fois par an à 29 400 abonnés en Allemagne, Autriche et Suisse (public germanophone et francophone), qui intègre selon le forfait proposé un achat d'espace sur les réseaux sociaux à partir de notre compte Atout France (Facebook et Instagram).

Package 1 - Basic: € 1.800

- Intégration d'une **publicité dans la newsletter B2C adressée à nos abonnés allemands, autrichiens et suisses** (en allemand et en français pour cette dernière) sous forme de combinaison texte/visuel (courte introduction à la thématique + bouton CTA), avec une redirection directe vers le site web de votre choix (par exemple, la page d'un événement ou une rubrique dédiée à une thématique sur votre site).
- Votre avantage/nos KPIs:**
- **environ 29 400 contacts francophiles exposés à vos messages**
 - **taux d'ouverture moyen (sur zone): 33%**
 - **taux de clics moyen (sur zone): 12%**

Package 2 - Avancé: € 2.700

- Intégration d'une publicité dans la newsletter B2C Allemagne, Autriche, Suisse comme présenté dans "Package 1 - basic".
 - Publication d'un **post dédié sur la page Facebook Explore France pour les marchés germanophones** (+Suisse FR), optimisé sur **l'engagement**. Ce tarif comprend un forfait de € 400/marché pour le sponsoring du contenu, afin de toucher un public élargi selon vos critères de ciblage.
- Votre avantage/nos KPIs:**
- **News: plus de 28.000 contacts francophiles exposés à vos messages**
 - **News: taux d'ouverture moyen (sur zone): 33%**
 - **News: taux de clics moyen (sur zone): 12%**
 - **Post FB (focus engagement): 8.000 - 24.000 engagements** (projection suite à l'analyse de précédentes campagnes)

L'équipe rédactionnelle d'Atout France prévoit l'envoi de **10 newsletters B2C sur l'année 2025, dont 5 newsletters dédiées à une thématique précise:**

- janvier 2025: multi-thématique
- février 2025: city breaks
- mars 2025: slow tourisme/outdoor
- avril 2025: littoral/balnéaire
- mai 2025: multi-thématique
- juni 2025: multi-thématique
- septembre 2025: slow tourisme/gastronomie/oenologie
- octobre 2025: multi-thématique
- novembre 2025: multi-thématique

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

PAYS-BAS - CAMPAGNE HÔTELLERIE DE PLEIN AIR - GLAMPING

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Campagne , Littoral , Montagne, Slow tourisme , Tourisme durable

Campagne dédiée à l'Hôtellerie de Plein Air dans toutes ses pratiques de mars à octobre, pour tous les types de voyageurs : familles en mai et en été, empty nesters, Millenials, couples et familles avec enfants de moins de 4 ans en hors saison

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés avec offre Hôtellerie de Plein Air

Nombre de partenaires souhaités :

Jusqu'à 5 dans l'année 2024

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Campagne multimedia avec base package numérique : native advertising ou social media

Print (si souhaité) : publiédactionnel dans le magazine HPA ACSI FreeLife

Package possible avec un ou deux media online / offline, packages négociés avec ACSI.

Sur demande : partenariat commercial ANWB avec la participation de vos campings et objectif de conversion.

Indicateur de performance :

KPIs numériques : taux de clics, taux d'engagement, reach, impressions, vues vidéos

Magazine : lectorat et tirage

Partenariat commercial : nombre de ventes, panier moyen et chiffres d'affaires

Media / Support :

- Online : sites affinitaires Camping / Familles / Seniors / Millenials, réseaux sociaux

- Magazine : ACSI FreeLife (+ online)

- Package négocié ACSI: multi-supports entre 7.000 et 22.500 euros

Reseau social :

[Facebook](#)

DUCHENE - Nolwenn nolwenn.duchene@atout-france.fr

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

CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE FIT AVEC KOLS ET OTA

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Transport, Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Shopping, Ville

Campagne de promotion digitale afin de promouvoir vos offres spéciales auprès des clientèles FIT sud-coréennes. Atout France Corée du Sud crée une landing page dédiée aux partenaires sur France.fr/ko et relaie l'information en recrutant des KOL influents et pertinents qui ont d'importantes réputations et une très forte influence sur Naver Blog (le réseau social incontournable du marché coréen pour le secteur du tourisme) ainsi que sur Instagram. Possibilité d'accompagner des achats médias via des canaux des OTA, GDN et Instagram AD.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Entreprise privée (Hôtels, location de voiture, transport, musée, cabaret, visites de sites, croisières, grands magasins ...)

FORMAT

Format de l'opération :

- Création d'une landing page dédiée aux partenaires sur le site web Atout France Corée présentant les offres spéciales et e-coupons.
- Rédaction et publication des posts de promotion en collaboration avec des KOL influents axés sur le voyage / lifestyle / gastronomie / mode, etc.
- Envoi d'une e-newsletter aux abonnés Grand Public.
- Achats médias
- **Thématique** : Shopping, Divertissement, Culture et événements

Indicateur de performance :

Nombre de visites et pages vues

Profil visiteur :

Millennials, DINKs (jeunes couples et seniors actifs), Jeunes couples sans enfants

Media / Support :

Canaux KOL : Naver Blog, Instagram, Youtube

/Canaux Atout France Corée du Sud : France.fr, Facebook, Naver Blog, E-newsletter

/Canaux OTA

/Canaux Communautés coréennes en France

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Littoral , Tourisme durable , Ville, Énotourisme

L'aspect durable d'un voyage est un facteur qui joue un rôle de plus en plus important au sein de la population autrichienne. Les voyageurs cherchent davantage des lieux peu connus et des activités insolites et privilégient des visites en aile de saison afin d'éviter le tourisme de masse.

Cette évolution représente une opportunité pour des destinations françaises moins connues sur le marché autrichien ainsi que pour des destinations phares cherchant à se positionner différemment en

mettant en valeur des offres de séjours en dehors des sentiers battus.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

principalement des destinations touristiques / possibilité de version « light » pour des hôtels ou parcs de loisirs

Nombre de partenaires souhaités :

à partir de 1 partenaire

FORMAT

Format de l'opération :

Mix média en ligne et réseaux sociaux en accord avec la ligne de communication, intégrant par exemple les thématiques Culture & événements, Gastronomie, Littoral, Oenotourisme. Nous vous recommandons de mettre l'accent sur la découverte d'une destination sous un angle original (offres novatrices, concepts originaux) et/ou promouvoir l'avant- ou l'arrière-saison.

Pour ce faire, nous sélectionnons **des réseaux premium d'éditeurs autrichiens** (quotidiens de qualité, plateformes de magazines féminins, plateformes voyages etc.), des supports dédiés à la thématique principale (focus nature active, gastronomie etc.) en complément des **publicités et posts organiques sur les réseaux sociaux**. Un **mailing dédié ciblant des contacts qualifiés** peut compléter les actions en ligne.

Possibilité d'intégrer au mix media un **accueil influenceur(s)** afin de **soutenir et augmenter la visibilité sur les réseaux sociaux**.

Indicateur de performance :

occasions de voir, clics, CTR, engagements sur RS

Profil visiteur :

DINKS, millennials, seniors actifs

Media / Support :

réseaux premium de portails web (quotidiens, plateformes féminins, plateformes gastronomie/oenologie, plateformes voyages)

réseaux sociaux: Facebook & Instagram, YouTube et/ou TikTok si matériel vidéo approprié disponible

influenceur(s): à établir selon la destination/thématique, nous disposons d'un pool d'influenceurs avec lequel nous travaillons régulièrement

Schuster - Petra petra.schuster@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Littoral, Montagne, Slow tourisme, Tourisme durable, Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Publi-rédactionnel dans un support de la presse écrite italienne au choix.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Publi-rédactionnels au choix:

- 1 pleine page dans le quotidien IL GIORNALE
- 2 pleines pages dans le quotidien IL GIORNO
- 1 pleine page dans le magazine DOVE

Indicateur de performance :

Tirage et diffusion des supports :

- Il Giornale, quotidien national avec rubrique dédiée au tourisme

Tirage : 70.000 ex ;

Lectorat : 63% hommes / 37% femmes.

Age : 25-64 ans. CSP+.

- Il Giorno, quotidien national

Tirage : 40.000 ex ; Lectorat : 60% hommes / 40% femmes.

Age : 25-65 ans. CSP+.

- Dove, magazine mensuel tourisme (groupe Corriere della Sera)

Tirage : 60.000 ex ; Lectorat : 53% femmes / 47% hommes.

Age : 25-54 ans. CSP+.

Media / Support :

Presse nationale et mensuels spécialisés tourisme.

Codazzi - Valentina valentina.codazzi@atout-france.fr

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

CAMPAGNE DE CONVERSION/VENTES TO PAYS NORDIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Activités outdoor, Transport, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Montagne, Outre-mer , Tourisme durable , Ville

Campagne de conversion/ventes avec un TO avec publication de contenus promotionnels et mise en avant des offres de votre destination vers les clients norvégiens, suédois et danois avec l'un des grands réseaux d'agences de voyages ou grosse OTA dans les pays nordiques.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
Action individuelle

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Production et création d'offres dédiés à la destination sur le réseau du TO.

Profil visiteur :
Grand public

Media / Support :
TO scandinave

BOISLÈVE - Mélanie melanie.boisleve@atout-france.fr

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

E-WORKSHOP B2B « FRANCE JEWELS » - HONG KONG, SINGAPOUR ET TAÏWAN

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Espaces et filières : Campagne , Littoral , Montagne, Ville

Campagne ma France, coup de cœur! Après 4 années consécutives, Atout France réédite France Jewel pour une 5ème édition en 2025.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, Hôtelières, DMC spécialisées dans le tourisme de nature

Nombre de partenaires souhaités :

Minimum 6 partenaires requis

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Webinaire et workshop en ligne

Indicateur de performance :

Nombre et qualité des contacts

Profil visiteur :

Agences de voyages généralistes, spécialisées en luxe et sur-mesure.

Visiteur attendu :

Environ 60 pax

Albert Truong albert.truong@atout-france.fr

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières :

Activités outdoor, Bien être, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Grands évènements , Littoral , Luxe, MICE, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Le Workshop Digital France en Australie, The Beauties of France, est une opération en ligne du 08 au 12 septembre 2025, sans nécessité de se déplacer, avec un workshop inversé avec les Tour-opérateurs et concepteurs de voyage Australiens et Néo-Zélandais et un webinaire agents de voyage vers les Australiens et Néo-Zélandais.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

CRT, CDT, OT, Hotels, transporteurs, Shopping, Musees, sites, cabaret, agences réceptives

Nombre de partenaires souhaités :

5 a 10

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

1. **Webinaire Agents:** présentez votre offre lors d'un webinaire passionnant animé par une experte des webinaires et une des membres d'Atout France Australie.
2. **Sessions de rendez-vous d'affaires individuels :** rencontrez les Tour Opérateurs, chefs de produits et les acheteurs lors de rendez-vous individuels en ligne. Échangez sur vos besoins spécifiques, explorez de nouvelles collaborations et élargissez votre réseau professionnel.
3. **Présentation de marché :** découvrez les tendances, les besoins du marché et les clés de réussite pour vos échanges commerciaux.

Indicateur de performance :

Nombre de contacts
ROI/ Ventes

Profil visiteur :

Tour-operateurs, grossistes et agents de voyage

Visiteur attendu :

20 tour-operateurs et 80 agents de voyage

Media / Support :

Outils de communication professionnels Atout France, Presse professionnelle

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

Marchés d'intervention :

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral ,

Espaces et filières : Slow tourisme , Tourisme de mémoire , Tourisme durable ,
Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Workshop au cours duquel les partenaires français auront l'occasion de rencontrer des professionnels allemands durant des séances de speed meeting et de networking

OBJECTIF

PARTENAIRES

Nombre de partenaires souhaités :
30

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Combinaison de rencontres professionnels et de découvertes

Indicateur de performance :

Nombre de rendez-vous

Profil visiteur :

tour-opérateurs, autocaristes, presse pro

Visiteur attendu :

30

Pascal Reiling pascal.reiling@atout-france.fr

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

