RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L' Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Etats-Unis

Capitaliser sur le premier marché de richesse au monde, où l'intérêt pour la France et l'Europe constitue un levier d'attractivité sans égal !

Le pays présente un potentiel immense, tant par la taille de son marché que par la diversité et le pouvoir d'achat de ses clientèles (347 millions d'habitants sur un territoire 15 fois plus vaste que la France). Première économie mondiale (croissance de 1,6 % prévue en 2025), premier investisseur étranger en France, il concentre aussi le plus grand nombre de millionnaires et de milliardaires.
L'Europe capte déjà 20 % des départs touristiques et la France se positionne dans le top des destinations internationales des Américains et au 2? rang en Union européenne. En 2024, 5 millions de visiteurs américains ont séjourné en France, générant 10 % des recettes touristiques du pays.

Le marché américain constitue un marché clé pour la France et il convient d'adopter une approche ciblée et ambitieuse. La suite de cette page propose un éclairage détaillé sur ses dynamiques, ses clientèles et les leviers à mobiliser pour renforcer l'attractivité de la destination France.

Chiffres clés

5
millions d'arrivées en 2024, augmentation de 9% par rapport à 2019.

6,2
milliards d'euros de recettes en 2023, avec une augmentation de 5 à 15% en 2024.

1er
marché mondial des dépenses de voyage, les US devraient atteindre 242 milliards de dollars en 2027.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 347 millions d'habitants (3e rang mondial).
- Taux d'urbanisation : 82,76 % de la population vit en milieu urbain.
- Âge médian : 38,5 ans.
- PIB par habitant (2024) : 90 000 $ US (7e rang mondial).
- Prévision de croissance (2025) : +1,8 % (contre +2,8 % en 2024).
- Passeports : Plus de 160 millions en circulation, avec plus de 24,5 millions de passeports délivrés en 2024 (record historique).
- Télécharger le document Presentation_Marche_USA_Juillet2025.pdf PDF – 10.6 Mo

Positionnement de la destination France

Les États-Unis constituent le premier marché émetteur long-courrier pour la France, non seulement en termes de fréquentation, mais surtout par la valeur des recettes générées. En 2023, les dépenses touristiques des visiteurs américains en France ont atteint 6,2 milliards d'euros, soit une progression remarquable de +52 % par rapport à 2019. Cette tendance se poursuit en 2024, avec une hausse de +64 % sur la période janvier-février (comparée à 2019), et +7 % par rapport à janvier-février 2023. Avec près de 5 millions d'arrivées en 2024, les Américains restent les premiers contributeurs en dépenses par touriste sur la destination.

Sur les quatre premiers mois de 2025, les recettes touristiques de la France en provenance des États-Unis enregistrent une hausse de 116,3?% par rapport à 2019 et de 7,3?% par rapport à 2024. En mai, les arrivées ont progressé de 6,3?% par rapport à l'an dernier. Pour la période de juin à août 2025, les prévisions anticipent une augmentation de 4,3?% des arrivées aériennes en provenance des États-Unis par rapport à l'été 2024.

Sur le plan économique, la situation intérieure des États-Unis est marquée par une inflation persistante et une hausse des taux d'intérêt. Si la confiance des consommateurs s'est fragilisée depuis début 2025, les voyages restent néanmoins une priorité budgétaire pour une large partie des Américains.

Les touristes américains ont également fortement contribué à la réussite de la saison hivernale 2024-2025 en France, avec une hausse de +41,2 % des nuitées hôtelières, atteignant 2,6 millions de nuitées, ce qui en fait le deuxième plus grand groupe étranger après les Britanniques. À Paris notamment, l'hôtellerie haut de gamme a profité d'une demande internationale dynamique. Le retour massif des visiteurs américains s'explique à la fois par l'amélioration des liaisons transatlantiques et par le pouvoir d'attraction renforcé de la France, en particulier des grandes métropoles. Les prévisions pour l'été 2025 confirment cette tendance avec une hausse attendue de +6 % des arrivées aériennes en provenance des États-Unis. Les dépenses touristiques américaines devraient croître de 7 à 9 % en 2025 par rapport à 2024, et les États-Unis sont en passe de devenir en 2027 le premier marché mondial en dépenses touristiques internationales, avec un total estimé à 242 milliards de dollars.

Cette dynamique est soutenue par une offre aérienne robuste : au printemps 2025, 19 villes américaines proposeront une liaison directe vers Paris et 3 vers Nice, soit une capacité globale en hausse de 3,8 % par rapport à avril 2019.

En parallèle, le nombre d’Américains voyageant à l’international continue de croître : en 2024, 107,7 millions de départs ont été enregistrés depuis les États-Unis, soit une hausse de 9,2 % par rapport à 2023. Cette clientèle est en grande partie haut de gamme, le pays concentrant le plus grand nombre de millionnaires (23 millions) et de milliardaires (900) au monde. Pour répondre à cette part importante de voyageurs à fort pouvoir d’achat, la France doit renforcer une offre sophistiquée et haut de gamme, à la hauteur des attentes de cette clientèle luxe.

Au-delà des clientèles traditionnelles, la France bénéficie d’un positionnement favorable pour séduire les jeunes générations, notamment les milléniaux. Son image de destination à la fois moderne, créative et fidèle à son art de vivre attire une clientèle en quête d’expériences culturelles, urbaines et authentiques. La diversification des cibles américaines, au-delà de la Côte Est et des clientèles anglo-saxonnes historiques, représente un axe stratégique pour renforcer encore la performance de la destination France.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La France attire une clientèle américaine majoritairement de « repeater », de plus en plus diverse en termes d’âge et de communauté. Cette clientèle appartient en grande partie à une catégorie socio-professionnelle supérieure, voire privilégiée : le budget vacances disponible des Américains voyageant à l’international s’élève à plus de 9 982 $ par personne et par an. Et ce, alors même qu’un Américain ne prend en moyenne que 10 à 14 jours de vacances par an.

La durée de séjour moyenne en France est estimée à 6 à 7 jours. Notre cœur de cible est une clientèle urbaine et suburbaine de 45 à 65 ans, mais le marché américain reste très segmenté et se compose de plusieurs profils-types. Il convient aussi de noter que les Américains restent très attachés à l’intermédiation : le recours aux OTAs et aux agences de voyages demeure extrêmement puissant aux États-Unis, ce qui doit être pris en compte dans toute stratégie de conquête et de distribution.

Nos recommandations pour aborder ce marché

Avec une population de 347 millions d’habitants, plus de 160 millions de pqasseports actifs en circulation, la première économie mondiale et le plus grand nombre de millionnaires et milliardaires, les États-Unis représentent un marché d’une ampleur exceptionnelle. Pour réussir à y pénétrer durablement, il est essentiel de bien définir les personas en fonction des offres proposées, afin d’adapter la communication et de tirer parti de la diversité d’un marché extrêmement segmenté. La stratégie doit donc affiner les offres selon les cibles, tout en intégrant une approche globale incluant BtoC, BtoB et presse. C’est à travers cette adaptation fine et cette cohérence que la France peut séduire de nouvelles clientèles, notamment les milléniaux et les jeunes générations, tout en dépassant les seuls profils traditionnels anglo-saxons de la Côte Est. Une telle approche doit s’inscrire dans le temps long : les Américains attachant une grande importance à la loyauté et à la constance, seule une stratégie de longue haleine permettra de bâtir une relation solide et pérenne avec ce marché.

Revoir les webinaires Atout France Live

Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.
Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.
En 1h à 1h30, les directeur·trices d'Atout France à l'international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

webinaires Atout France Live

Pourquoi la France séduit-elle autant les voyageurs internationaux ?

Interview de Adrian HALL, fondateur et Directeur général de Oenotatel Travel

Adrian HALL

Notes de veille internationale

- Télécharger le document Veille internationale USA juin-juillet 2025 - Atout France.pdf PDF – 1.85 Mo

Le marché Etats-Unis en un clin d'oeil

ETATS-UNIS

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Chiffres clés | Marché

Quelques données économiques

347 MILLIONS d'habitants
90 000$/hab (7e rang mondial)

1.8 % CROISSANCE prévue de l'économie en 2025 (2.8% en 2024)

25% PRINTEMPS

24% AUTOMNE

36% ÉTÉ

15% HIVER

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France

Taux de change

1.16 USD

Données touristiques en 2024/2025

7% - 9%	Augmentation des dépenses touristiques provenant des USA en 2025 (prévisions)
5	MILLIONS d'arrivées d'Américains en 2024 (+9% par rapport à 2019)
5% - 15%	Augmentation des recettes en France issues du tourisme (6,2 milliards en 2023 +52% par rapport à 2019)
7.7	JOURS = Durée moyenne de séjour (+23% par rapport à 2019)

Principaux bassins émetteurs

New-York, Californie

Floride, Texas

Massachusetts, Columbia, Illinois

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
- Clientèle haut de gamme

TOP 3 des motivations de voyages en France

2 Tourisme Urbain

1 Culture et Patrimoine

3 Art de Vivre

Contact Marché Etats-Unis | tiana.gamez@atout-france.fr

www.atout-france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **Etats-Unis - Workshop BtoB FRANCE 360 - Washington DC - 2026** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Salon Tourisme d'affaires IMEX America Las Vegas** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Workshop Oenotourisme - Taste of France à New York** : Evénement grand public / Grand public international
- **Etats-Unis 2026 - Operation New York 5 Boro Bike Tour** : Evénement grand public / Grand public international
- **Etats-Unis 2026 - Salon Croisière - Seatrade Cruise Global - Miami** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis - Roadshow B2B France Travel Exchange 2026** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - France Luxury Summit (nouveau)** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Workshop Media France Showcase New York** : Rencontres médias / Professionnels du secteur MICE, Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - International Media Marketplace (IMM) North America** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Etats-Unis - Napa Valley Festival 2026** : Evénement grand public / Grand public international, Médias internationaux
- **Etats-Unis - Successful Meeting University, New York** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Europe Meets North America** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Série Webinaires Tourisme Durable (sept-nov)** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Pré-IBTM Barcelona** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 : Presse- salon IMM à New York** : Salons / Médias internationaux
- **Etats-Unis 2026- Post-IBTM Barcelona** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

- **Etats-Unis 2026 - Connect Marketplace** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE français
- **Etats-Unis 2026 - MICE - Tournée de démarchages** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE français, Professionnels français
- **Etats-Unis 2026 - Pré-IMEX Frankfurt 2026** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Post-IMEX Frankfurt 2026** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - EU Open House** : Evénement grand public / Grand public international

ETATS-UNIS - WORKSHOP BTOB FRANCE 360 - WASHINGTON DC - 2026

PRESTATION

Marchés d'intervention : Canada, Etats-Unis, Mexique
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières :

Rendez-vous à Washington DC pour une édition spéciale de France 360: France 250, et célébrons ensemble l'amitié franco-américaine pour les 250 ans de l'indépendance des Etats-Unis!

France 360 est l'événement B2B majeur d'Atout France aux États-Unis, réunissant chaque année les tour opérateurs et agences nord-américaines avec les professionnels français du tourisme.

Pendant 2,5 jours intenses de rendez-vous préprogrammés, d'ateliers thématiques et de networking, plus de 2 000 rencontres business permettent de créer de nouvelles opportunités et de renforcer les partenariats.

OBJECTIFS

- Booster vos ventes et élargir vos réseaux en Amérique du Nord, un marché à haute contribution
- Valoriser votre offre auprès de partenaires qualifiés (tour-opérateurs, agences, médias)
- Profiter d'un dispositif complet incluant workshops, networking, visibilité et presse

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Offices du tourisme, hotels 4 à 5 étoiles, musées et châteaux, agences receptives et transporteurs

Nombre de partenaires souhaités :
65

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

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
15 septembre 2026

Précisions tarifaires :
À venir - contacter nathalie.poto@atout-france.fr

FORMAT

Liste des sessions :
France 250 (ex-360) - Washington DC - 2026

Date de début	:	09 novembre 2026
Date de fin	:	11 novembre 2026
Date limite d'inscription	:	15 octobre 2026

Lieu :
à venir

Format de l'opération :
France 360 le salon b2b loisir annuel organisé par Atout France USA

- 2,5 jours de rencontres professionnelles
- 1 webinar de presentation de marché
- 3 Sessions de formation auprès des acheteurs
- Trade Show: 40 rendez-vous pré-programmés
- 1 soirée French Awards
  Ainsi que de nombreuses opportunités de networking (petit-déjeuners, déjeuners, cocktail networking de bienvenue...)

Edition précédente :
RETOUR SUR FRANCE 360 2025 à4 à Boston :

94% satisfaction des participants et **90%** d'intention de programmation
3 pays (87% USA, 8% Canada, 5% Mexique) et **+ de 22 Etats** représentés
+67% nouveaux acheteurs
64% Tour-opérateurs et **36%** agences de voyage

En savoir plus, consulter notre rapport complet France 360 - Edition 2024

Profil visiteur :
tour opérateurs USA, Canada et Mexique + agences de voyages loisir locales

Visiteur attendu :
90

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - SALON TOURISME D'AFFAIRES IMEX AMERICA LAS VEGAS

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

IMEX America est le salon leader du tourisme d'affaires aux États-Unis. Véritable rendez-vous stratégique, il rassemble chaque année à Las Vegas les acheteurs nord-américains et internationaux les plus influents du secteur MICE. Aux côtés de ses 1 200 partenaires, Atout France mobilise tout son réseau pour accompagner la filière française sur ce marché hautement concurrentiel.

Pour sa 15? édition, IMEX s'impose plus que jamais comme un moment-clé à ne pas manquer pour s'ancrer sur le premier marché mondial du tourisme d'affaires, incontournable en termes de volumes, de budgets et d'opportunités. Pour les professionnels du secteur, c'est un levier de développement essentiel et un accélérateur de croissance à l'international.

OBJECTIFS

- Accéder au marché MICE le plus dynamique au monde,
- Affirmer la position de la France comme une destination incontournable pour le tourisme d'affaires,
- Mettre en avant vos offres, projets et innovations auprès d'acheteurs à fort potentiel.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Offices du tourisme, Hôteliers, Lieux de réunions, DMCs, Compagnies aériennes, Partenaires commerciaux

Nombre de partenaires souhaités :
25 - 30

FORMAT

Liste des sessions :
Imex America 2026

Date de début	:	13 octobre 2026
Date de fin	:	15 octobre 2026
Date limite d'inscription	:	30 juillet 2026

Lieu :
Las Vegas

Profil visiteur :
Organisateurs d'événements (Agences MICE+Corporate+ Associations)

Visiteur attendu :
+16 000

Media / Support :
Pour mieux comprendre les attentes du marché nord-américain et affiner votre stratégie, consultez notre carnet des tendances du tourisme d'affaires aux États-Unis (2024-2025).

Reseau social :
https://www.linkedin.com/company/imex/

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - WORKSHOP OENOTOURISME - TASTE OF FRANCE À NEW YORK

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Grand public international

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.

OBJECTIFS

- 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

PARTENAIRES

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

FORMAT

Liste des sessions :
Oenotourisme: A Taste of France

Date de début	: 01 mai 2026
Date de fin	: 01 août 2026
Date limite d'inscription	: -

Lieu :
New York

Format de l'opération :
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.

Indicateur 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.

Profil visiteur :
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

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

- Distribution de 35 000 exemplaires dans l'édition d'automne d'Edible Manhattan,
- 2 articles de contenu sponsorisé, envoi d'e-mails dédiés et campagnes sur les réseaux sociaux Instagram, Facebook, Twitter et TikTok

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

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

ETATS-UNIS 2026 - OPERATION NEW YORK 5 BORO BIKE TOUR

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Grand public international

Atout France participe au TD Five Boro Bike Tour à New York, un événement emblématique du calendrier sportif américain qui traverse les cinq boroughs de la ville. Cette action s’inscrit dans une stratégie B2C de valorisation de la France comme destination active, engagée et accessible, en lien avec les tendances du tourisme durable, du slow travel et des mobilités douces.

OBJECTIFS

- Bénéficier d’une exposition qualitative avant, pendant et après la course
- Favoriser les liens émotionnels avec la destination par le biais d’une expérience immersive
- S’appuyer sur la logistique et le rayonnement d’Atout France pour activer votre présence

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Régions françaises valorisant le cyclotourisme et les mobilités douces; destinations nature, montagne, littoral ou rurales; marques engagées dans le sport, le plein air, la durabilité ou le patrimoine

CONDITIONS

Site d'inscription :
https://www.bike.nyc/events/td-five-boro-bike-tour/

FORMAT

Liste des sessions :
TD 5 Boro Bike Tour

Date de la session	: 03 mai 2026
Date limite d'inscription	: -

Lieu :
New York

Format de l'opération :

- Présence physique avec un stand sur le Packet Pickup, pour promouvoir les régions françaises et leur offre cyclable, culturelle et gastronomique
- Activités promotionnelles ciblées : dégustations, démonstrations culturelles, animations immersives, offres spéciales pour cyclistes
- Équipe France de cyclistes participant à la course avec dossards VIP et maillots brandés
- Activation digitale avant, pendant et après l’événement

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

Profil visiteur :
Grand public américain actif, amateurs de sport, nature, bien-être et voyages à impact réduit, cyclistes passionnés ou pratiquants occasionnels

Visiteur attendu :
+30,000

Reseau social :
https://www.facebook.com/bikenewyork

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

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

ETATS-UNIS 2026 - SALON CROISIÈRE - SEATRADE CRUISE GLOBAL - MIAMI

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels internationaux

Le Seatrade Cruise Global 2026, salon de référence mondiale de l'industrie de la croisière, se tiendra à Miami, véritable carrefour stratégique du secteur. Cet événement rassemble chaque année plus de 600 exposants internationaux et des milliers de décideurs clés : compagnies de croisières, ports, agences maritimes, tour-opérateurs et fournisseurs spécialisés. En participant aux côtés d'Atout France, vous aurez l'opportunité de valoriser votre offre touristique auprès des acteurs majeurs du secteur, de générer de nouveaux contacts B2B et de positionner votre destination ou service dans les futurs itinéraires croisière à destination de la France. Une vitrine incontournable pour développer votre visibilité sur un marché en forte croissance.

OBJECTIFS

- Accédez à un réseau international influent: Rencontrez directement les principaux acteurs de la croisière mondiale
- Positionnez votre offre sur un marché en pleine expansion: Profitez de l'engouement croissant pour les croisières en Méditerranée et en Europe afin de booster votre visibilité
- Bénéficiez d'une présence collective et professionnelle: Intégrez le stand Atout France pour maximiser votre impact, grâce à une communication ciblée et un soutien logistique dédié

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, privés et port

Nombre de partenaires souhaités :
15 à 20

Visibilité partenaire :
En participant avec Atout France au Seatrade Cruise Global 2026, les partenaires bénéficieront d'une visibilité privilégiée : leur logo sera affiché sur le stand collectif, garantissant une présence remarquée auprès des visiteurs professionnels. De plus, ils seront mis en avant dans une newsletter dédiée adressée à plus de 40 000 contacts qualifiés du secteur tourisme, ainsi que via

FORMAT

Liste des sessions :
Seatrade 2026

Date de début	:	13 avril 2026
Date de fin	:	16 avril 2026
Date limite d'inscription	:	31 janvier 2026

Lieu :
Convention Center Miami Beach, Floride

Format de l'opération :
Achat d'espace sur le Pavillon France - Tradeshow - Sponsoring d'animations par les pa
concours - Production d'une soirée France " Escale France en partenariat avec l' ensem
française et le groupe de travail croisière piloté par le Secrétariat Général à la Mer.

Edition précédente :
40e édition en 2025 : un succès historique
Plus de 11?500 professionnels réunis à Miami
Présence de 75+ compagnies de croisières
Participants venus de 128 pays
600+ exposants de tous les segments du secteur

Profil visiteur :
Croisières Indépendantes, Shore Excursions, Itinerary planners

Visiteur attendu :
plus de 10,000 visiteurs

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS - ROADSHOW B2B FRANCE TRAVEL EXCHANGE 2026

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières :

Roadshow B2B Loisir 2026: Washington DC, Raleigh et Charlotte à la rencontre des agences locales

Mardi 21 avril: Déjeuner Networking Washington DC
Mercredi 22 avril: Déjeuner Networking Raleigh
Jeudi 23 avril: Déjeuner Networking Charlotte

Participez à notre roadshow exclusif aux États-Unis et développez votre présence sur un marché à fort potentiel !

Atout France vous propose de prendre part à une tournée de rencontres professionnelles ciblées dans des bassins secondaires à fort pouvoir émetteur des États-Unis.

Cette action s’adresse aux prescripteurs du tourisme – offices de tourisme, hôteliers, agences réceptives – souhaitant renforcer leur visibilité et développer de nouveaux contacts commerciaux avec des agents de voyages et tour-opérateurs locaux.

En rejoignant ce roadshow, vous bénéficierez d’un cadre privilégié pour présenter votre offre, affiner votre positionnement et capter une clientèle américaine en quête d’expériences authentiques et différenciantes.

En option en complément: Participez à nos webinaires Explore France 2026 pour toucher les agences des bassins que nous ne pourrons pas visiter. Veuillez télécharger le dossier technique pour en savoir plus.

OBJECTIFS

- Accédez à de nouveaux marchés émetteurs en rencontrant des agents de voyages et tour-opérateurs implantés dans des zones secondaires à fort potentiel, souvent moins sollicités
- Développez votre réseau B2B : Nouez des contacts commerciaux ciblés avec des professionnels locaux, dans un format favorisant les échanges qualitatifs et les partenariats durables.
- Renforcez votre visibilité sur le marché américain : Profitez d'une opération collective portée par Atout France pour valoriser votre offre auprès d'intermédiaires influents.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Cette opération s'adresse à un groupe restreint de 10 à 20 partenaires français souhaitant promouvoir leur offre auprès du marché américain. Sont concernés : offices de tourisme, comités régionaux de tourisme, hôtels 4 et 5 étoiles, agences réceptives, ainsi que grands magasins et acteurs du shopping touristique. La diversité et la complémentarité des participants permettront de proposer une vision riche et attractive de la destination France.

Nombre de partenaires souhaités :
Un minimum de 10 partenaires est à atteindre afin de confirmer ce roadshow

Visibilité partenaire :
Les partenaires bénéficieront d'une visibilité renforcée tout au long de l'opération : présence de leur logo et image de marque sur l'ensemble des supports du workshop, mise en avant sur une table dédiée pendant les rencontres, et relai promotionnel via la newsletter trade d'Atout France USA (40 000 contacts qualifiés) ainsi que sur notre page LinkedIn professionnelle (plus de 5 000 abonnés). Une opportunité idéale pour affirmer votre positionnement et accroître votre notoriété auprès des acteurs clés du marché américain.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
9 janvier 2025

Précisions tarifaires :
5,500 USD HT

FORMAT

Liste des sessions :
Roadshow B2B 2026

Date de début	:	20 avril 2026
Date de fin	:	24 avril 2026
Date limite d'inscription	:	09 janvier 2026

Lieu :
Washington DC, Raleigh, Charlotte

Format de l'opération :
3h d'évenements networking workshop networking dans 3 villes des bassins clés de la Côte Est Américaine dont:

- Workshop: 1 table par partenaire sans rdv pré-programmés
- Présentation de votre offre sur tv/projecteur + micro + podium
- Cocktail networking avec dégustation de vins et produits francais

Indicateur de performance :
nouvelle action

Edition précédente :
nouvelle action

Profil visiteur :
Chaque workshop rassemblera jusqu'à 40 professionnels du tourisme locaux (agents de voyages, tour-opérateurs, agences de voyages indépendantes ou affiliées), soigneusement sélectionnés par Atout France USA pour leur intérêt avéré pour la destination France et leur potentiel de programmation. Ce format à taille humaine garantit des échanges de qualité et un cadre propice à la création de relations commerciales durables.

Anais Lecuyer Anais.Lecuyer@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - FRANCE LUXURY SUMMIT (NOUVEAU)

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières :

Atout France USA réunira en 2026 des professionnels du secteur du luxe pour un événement d’envergure.

Ce rendez-vous phare offrira une précieuse opportunité de networking : pendant quatre jours, des rencontres planifiées à l’avance permettront de rassembler 20 acheteurs américains, spécialisés dans le luxe et sélectionnés à travers l’ensemble des États-Unis, y compris en dehors des hubs traditionnels comme New York ou Los Angeles.

Il s’agit d’une occasion idéale pour diversifier les marchés et accroître la visibilité de l’offre haut de gamme française auprès d’un public ciblé et qualifié.

OBJECTIFS

- Rencontrez les principaux prescripteurs du voyage de luxe aux États-Unis
- Valorisez votre offre auprès d'un public ciblé et qualifié
- Renforcez votre positionnement sur un marché stratégique

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
prestataires français du luxe – hôteliers 4* et 5*, agences réceptives haut de gamme, comités régionaux et offices de tourisme 10 à 20 exposants par destination Conditions de participation : Frais d'inscription incluant une table dédiée pour les workshops Hébergement et repas à la charge des exposants

Visibilité partenaire :
? Newsletter B2B (40 000 contacts qualifiés – taux d'ouverture moyen 25-30%) ? Publications LinkedIn (5 000 abonnés – Atout France USA) ? Webinaires dédiés à chaque destination (80-100 agents par session) ? Réduction de 5 % sur votre prochaine participation à un événement Atout France USA

FORMAT

Liste des sessions :
France Luxury Roadshow

Date de début	:	07 septembre 2026
Date de fin	:	10 septembre 2026
Date limite d'inscription	:	15 juin 2025

Lieu :
En France, destinations hôtes

Format de l'opération :
? Durée : 4 jours / 3 à 4 nuits

? Concept
? Business ciblé : Workshops B2B en petits groupes
? Expérientiel : Activités immersives haut de gamme
? Valorisation : Mise en lumière du savoir-faire touristique français

? Programme type (par journée)
Matinée : Petit-déjeuner & workshops (rendez-vous B2B programmés)
Déjeuner
Après-midi : Expériences locales immersives
Soirée : Cocktail & dîner gastronomique

? Les activités sont organisées et financées par les destinations hôtes et leurs partenaires.
Nous recherchons la collaboration des offices de tourisme, DMCs, hôtels et institutions
locales pour :
Hébergement des 25 buyers & 3 membres Atout France (gracieusement)
Tarif réduit pour l'hébergement des exposants
Mise à disposition gratuite des salles de réunion, équipements AV, F&B pour les
workshops
Petits-déjeuners & déjeuners
Cocktails & dîners gastronomiques
Vols internationaux (si possible)
Transferts inter-destinations (train, navette, bus...)
Activités culturelles & expériences immersives

Edition précédente :
nouvelle action

Profil visiteur :
20 acheteurs haut potentiel (Virtuoso, Travel Leaders Network...) 5 journalistes spécialisés

Voelkl Karell Karell.Voelkl@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - WORKSHOP MEDIA FRANCE SHOWCASE NEW YORK

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis

Type de rendez-vous :

Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Médias internationaux, Professionnels internationaux

France Showcase est l'événement annuel incontournable à New York pour présenter à la presse américaine les actualités et nouveautés françaises. Organisé en fin d'année, il réunit plus de 80 contacts clés (New York, New Jersey, Connecticut) pour faire le bilan de l'année écoulée et mettre en avant vos projets pour 2026. L'objectif : inspirer et convaincre les médias de relayer l'image d'une France dynamique et innovante.

OBJECTIFS

- Nouez des liens directs avec les journalistes et relais d'opinion américains
- Faites rayonner vos actualités 2026 auprès de créateurs de contenu influents
- Renforcez l'attractivité de vos offres auprès des prescripteurs du voyage

PARTENAIRES

Visibilité partenaire :
Visibilité renforcée : • Chaque partenaire disposera d'un espace personnalisé pour mettre en avant son offre. • Chevalet 'Explore France/Partenaire' et poster avec votre logo et photo. • Une photo imprimée pour vous identifier clairement auprès des participants. Diffusion de votre contenu : • Un slide show diffusant votre nom et vos photos tournera en boucle durant l'événement. • Après la prise de parole d'Atout France, la vidéo France 2026, incluant vos actualités, sera diffusée. La vidéo sera ensuite publiée sur la chaîne YouTube d'Atout France (17,6k abonnés) ainsi que sur les pages Facebook et LinkedIn d'Atout France USA.

CONDITIONS

Précisions tarifaires :
L'accompagnement Atout France US sera : • L'ensemble de l'organisation événementielle et la gestion sur place le jour J • L'identification des profils et publications cibles à inviter • L'utilisation de multiples bases de données Atout France US • Conseil sur le contenu présenté et l'approche des journalistes américains • Production des invitations, d'un trombinoscope des participants, d'une vidéo de promotion de la France et de votre destination en 2026, de photos de l'événement, d'un rapport final de bilan Ne sont pas compris dans le tarif : • Les billets transatlantique • L'hébergement, les repas , les transferts • L'envoi de goodies vers NY

FORMAT

Liste des sessions :
Workshop Media France Showcase

Date de la session	:	12 novembre 2026
Date limite d'inscription	:	30 septembre 2026

Lieu :
New York City

Format de l'opération :
De 18h00 à 21h30 pour une réception networking, c'est le créneau qui convient le mieux à notre cible presse.

Déroulé du cocktail networking :

- 'Meet & Greet' : Chaque partenaire a disposé d'un espace dédié avec sa signalétique
- Prise de parole d'Atout France qui introduit les partenaires présents
- Diffusion de la vidéo présentation France 2027 qui mettra en avant les partenaires et leurs actus
- Reprise du cocktail networking

Possibilités d'animations : dégustation de spécialités, démonstration de savoir-faire ou autre animation. A la charge du partenaire et en accord avec les lieux.

Edition précédente :
En 2024, nos partenaires ont eu l'opportunité de rencontrer **43 contacts presse** : The New York Times, Forbes, BBC Travel, Fodor's Travel, The Wall Street Journal, Fathom, Travel Weekly, The Points Guy, Food and Travel Magazine, Architectural Digest...
Revivez en images notre événement presse incontournable grâce à cette vidéo de l'année dernière :
https://videopress.com/v/8nMz8Mng

Visiteur attendu :
Jusqu'à 60 journalistes, créateurs de contenu, acteurs économiques et culturels, podcasteurs, et professionnels du tourisme.

Schwab - Kate kate.schwab@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - INTERNATIONAL MEDIA MARKETPLACE (IMM) NORTH AMERICA

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Médias internationaux

L'IMM est l'événnement annuel incontournable pour les professionnels des médias et des relations publiques dans le domaine du voyage aux Etats-Unis. Célébrant sa 14e édition en 2026, IMM se tiendra les 21 et 22 Janvier 2026 à New York. Votre présence au salon, coordonnée par Atout France, vous permettra de nouer des contacts avec des nouveaux médias et d'entretenir des relations déjà existantes. Tous les types de partenaires sont les bienvenus : destinations, hôtels, lieux culturels, transporteurs...

OBJECTIFS

- Rencontrer les contacts clés dans la presse Nord Américaine
- Pitcher vos nouveautés et se renseigner sur les tendances médiatiques du marché
- Recruter les journalistes pour vos accueils de presse de 2026/2027

CONDITIONS

Précisions tarifaires :
Vous bénéficierez d'un tarif réduit négocié pour les partenaires Atout France.

FORMAT

Liste des sessions :
IMM North America 2026

Date de début	:	21 janvier 2026
Date de fin	:	22 janvier 2026
Date limite d'inscription	:	31 octobre 2025

Lieu :
Javits Center, New York City

Format de l'opération :
- 1 stand dédié incl. table
- Accés au TravMedia Summit
- 1,5 jours de RDV pré-programmés

IMM est connu et célébré pour ses réunions préprogrammées entre les exposants et les médias. Vous pouvez présenter en une journée l'équivalent d'une année d'articles, de FAM trip et de reportages. Ce salon offre des possibilités inégalées en matière de création de relations et de réseautage.

Edition précédente :
Retrouvez en image l'édition 2025 :
https://travmedia.com/immnorthamerica/showcase

Profil visiteur :
Médias Américains et Canadiens : journalistes in-house, freelance, rédacteurs-en-chef, créateurs de contenus, podcasteurs et présentateurs TV

Visiteur attendu :
500 - 600

Reseau social :
https://travmedia.com/immnorthamerica/

Schwab - Kate kate.schwab@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS - NAPA VALLEY FESTIVAL 2026

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Grand public international, Médias internationaux

Sponsoring et participation au Napa Valley Festival. C'est l'un des plus grands événements caritatifs artistiques du pays. Situé en Californie, ce festival rassemble vin et musique. Avec plus de 60 événements et représentations sur 10 jours en juillet, le Festival accueille plus de 15 000 participants.? En 2026 le festival fête ses 20 ans. La presse et la télévision (PBS) seront présents pour couvrir cet anniversaire.?

OBJECTIFS

- Gagner en notoriété auprès d'une audience large, très fortunée et avide de voyages & vin
- Participer à des événements de networking VIP
- Apparaitre dans les nombreuses retombées presse du Festival

FORMAT

Liste des sessions :
Napa Valley Festival

Date de début	:	10 juillet 2026
Date de fin	:	19 juillet 2026
Date limite d'inscription	:	31 octobre 2025

Lieu :
Napa Valley, Californie

Format de l'opération :

- Tenue d'un **stand dédié au lounge** VIP avant les concerts
- Présence en tant que "**Pays Partenaire**" de l'événement avec la tenue d'un stand dédié pour faire la promotion de la destination auprès de tous les participants et faire goûter des spécialités locales
- Obtention d'une **page dédiée** dans le Magazine officiel du Festival?
- Présence du logo sur les posts et story Instagram et Facebook du Festival et sur le site internet ?
- **Obtention des adresses emails** des participants volontaires, environ 250 personnes?
- Visibilité lors de la **vente-aux-enchères du gala** lors de la présentation du lot

Edition précédente :
Retombées médiatiques de l'événement? en 2024 :

- **2 023 articles** publiés dans la presse papier et digitale?
- **4 209 171 721 impressions digitales**?

Dont visibilité sur le site internet avec 140k visiteurs uniques, 8k abonnés sur Instagram et 19,7k abonnés sur Facebook?

- **Newsletter** envoyée aux **22 000** abonnés du Festival?
- Apparition dans le magazine officiel du festival avec **12 500 copies** imprimées?

Profil visiteur :
- 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

Schwab - Kate kate.schwab@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS - SUCCESSFUL MEETING UNIVERSITY, NEW YORK

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Professionnels internationaux

SMU International est un événement dédié aux acheteurs nord-américains spécialisés dans les voyages MICE à l'international. Organisé à New York par Northstar Meetings Group (Successful Meetings, M&C, Incentive Magazine), il réunit plus de 450 professionnels qualifiés, acheteurs et exposants, autour d'un programme exclusif combinant rendez-vous one-to-one préprogrammés, contenus sur-mesure et activités expérientielles dans les lieux emblématiques de la ville.

Avec plus de 250 exposants internationaux en 2025, l'événement s'impose comme un accélérateur commercial ultra-efficace pour les destinations et prestataires souhaitant gagner des parts de marché sur le segment nord-américain.

OBJECTIFS

- Accéder à un cercle restreint d'acheteurs nord-américains qualifiés, sélectionnés sur critères.
- Positionner votre destination face à des décideurs à la recherche de nouveautés concrètes.
- Profiter d'un cadre exclusif pour créer du lien, vendre, et générer des leads à forte valeur.

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Organisateurs d'événements (Agences MICE+Corporate+ Associations)

Nombre de partenaires souhaités :
10-15

FORMAT

Liste des sessions :
SMU International

Date de début	:	09 mars 2026
Date de fin	:	11 mars 2026
Date limite d'inscription	:	19 décembre 2025

Lieu :
New York

Profil visiteur :
Responsables de voyages incentive, organisateurs d'événements corporate, planificateurs de congrès et séminaires pour associations, acheteurs de programmes internationaux, meeting planners.

Visiteur attendu :
+450

Reseau social :
https://www.linkedin.com/company/northstar-meetings-group/

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - EUROPE MEETS NORTH AMERICA

PRESTATION

Marchés d'intervention : Canada, Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Europe Meets North America est un événement stratégique de mise en relation entre destinations européennes et acheteurs nord-américains spécialisés dans le tourisme d'affaires et les événements internationaux. Organisé sous forme de workshops et de temps de networking qualitatifs, il vise à renforcer les liens commerciaux transatlantiques et à générer des opportunités concrètes de programmation sur les marchés européens.

OBJECTIFS

- Rencontrer des décideurs nord-américains en recherche active de partenaires en Europe
- Accéder à un format sur-mesure, conçu pour favoriser les échanges concrets
- Optimiser votre prospection sur le marché nord-américain en accédant à des leads qualifiés

FORMAT

Liste des sessions :
Europe Meets North America

Date de début	:	08 juin 2026
Date de fin	:	10 juin 2026
Date limite d'inscription	:	01 février 2026

Lieu :
A venir

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - SÉRIE WEBINAIRES TOURISME DURABLE (SEPT-NOV)

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières :

OBJECTIFS

- Comprendre les attentes des voyageurs nord-américains en matière de tourisme durable
- Adapter votre offre et affiner votre positionnement sur un marché à fort potentiel
- Booster votre visibilité B2B auprès d'acteurs engagés aux États-Unis

FORMAT

Liste des sessions :
Serie webinaires Tourisme Durable

Date de début	:	01 septembre 2026
Date de fin	:	15 décembre 2026
Date limite d'inscription	:	30 juin 2026

Lieu :
En ligne (plateforme Zoom Webinar)

Format de l'opération :
Série de 3 webinaires de 45 minutes sur l'offre touristique durable francaise: les thématiques seront définies une fois que nous aurons identifié la liste des partenaires intéressés, en tenant compte des spécificités propres à chacun.

Chaque webinaire sera composé de:
- 5 minutes introduction Atout France
- 10 minutes x 3: présentation de l'offre de chaque partenaire
- 10 minutes: Q&A

Anais Lecuyer Anais.Lecuyer@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - PRÉ-IBTM BARCELONA

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

À l'occasion du salon IBTM World 2026 à Barcelone, Atout France propose une opération de prospection exclusive en amont de l'événement, à destination d'une sélection d'acheteurs nord-américains invités sur le pavillon France.

Organisé sur le territoire français quelques jours avant le salon, ce pré-tour sur-mesure a pour objectif de faire vivre une expérience concrète de l'offre MICE française à des décideurs nord-américains à fort potentiel. Ce format permet de créer un lien fort avant le salon et d'orienter plus efficacement leurs décisions de programmation futures.

OBJECTIFS

- Accueillir des acheteurs nord-américains en France avant IBTM, dans un cadre immersif et valorisant
- Générer des retombées concrètes lors du salon grâce au lien de confiance déjà établi
- Valoriser l'offre française dans un format différenciant, hors du cadre classique du salon

FORMAT

Liste des sessions :
Pré-IBTM Barcelona 2026

Date de début	: 12 novembre 2026
Date de fin	: 16 novembre 2026
Date limite d'inscription	: -

Lieu :
Marseille

Profil visiteur :
Acheteurs nord-américains participant à IBTM à Barcelone

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 : PRESSE- SALON IMM À NEW YORK

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Médias internationaux

L'IMM est le plus important salon annuel de rencontres médias au USA et se tiendra a NY le 22 janvier 2026. Il y a 24 rendez-vous préprogrammés.

Au-delà de votre participation dans le salon, ATF USA vous aidera de profiter en plus de votre déplacement en organisant un évènement prive pour les médias. Format à déterminer mais genre de cocktail networking avec des animations. Une autre option est de faire une tournée médiatique par satellite (voir autre fiche). Si vous n'êtes pas en mesure de faire le déplacement, Atout France pourra participer en tant que votre représentative sur place. ATF USA pourra vous conseiller sur le choix de media ainsi que les sujets a les présenter

OBJECTIFS

- Rencontrer des contacts clés de l'espace médiatique américain
- Pitcher vos nouveautés et se renseigner sur les tendances médiatiques du marché
- Recruter des journalistes pour vos accueils de presse de 2026

FORMAT

Liste des sessions :
2026

Date de la session	:	22 janvier 2026
Date limite d'inscription	:	30 septembre 2025

CONDITIONS

Site d'inscription :
Contact : kate.schwab@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026- POST-IBTM BARCELONA

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Dans la continuité du salon IBTM World à Barcelone, Atout France propose une opération de terrain organisée immédiatement après l'événement, destinée à accueillir en France une sélection d'acheteurs nord-américains rencontrés sur le pavillon France.

Ce post-tour vise à renforcer et concrétiser les échanges initiés pendant le salon, en offrant aux acheteurs la possibilité de découvrir in situ l'offre MICE française. L'objectif est de transformer des intentions en projets réels, en créant un temps de rencontre approfondi avec les destinations, sites et prestataires français dans leur contexte opérationnel.

OBJECTIFS

- Profiter du momentum créé à IBTM pour approfondir les relations commerciales initiées
- Accueillir en France des acheteurs déjà sensibilisés et qualifiés, à un moment clé du cycle de décision
- Renforcer l'attractivité du territoire grâce à une démonstration sur le terrain

FORMAT

Liste des sessions :
Post-IBTM Barcelona

Date de début	: 19 novembre 2026
Date de fin	: 22 novembre 2026
Date limite d'inscription	: -

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - CONNECT MARKETPLACE

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE français

Connect Marketplace est l'un des rendez-vous MICE les plus influents des États-Unis, réunissant chaque année un large panel de décideurs nord-américains du tourisme d'affaires, aux côtés de destinations et prestataires internationaux.

En participant à l'édition 2026, Atout France propose aux partenaires français de renforcer leur présence sur un marché prioritaire, de générer des contacts qualifiés, et de positionner la France comme une destination incontournable pour les événements d'entreprise, congrès et voyages incentive.

OBJECTIFS

- Accéder à des rendez-vous B2B planifiés avec des acheteurs MICE nord-américains
- Promouvoir votre destination ou vos services auprès d'une audience en recherche active de nouveautés internationales
- Renforcer votre visibilité dans un salon reconnu, en prise directe avec les attentes et dynamiques du marché nord-américain

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations françaises, DMC et agences, hôtels et groupes hôteliers, acteurs du tourisme d'affaires

FORMAT

Liste des sessions :
Connect Marketplace

Date de début	: 24 août 2026
Date de fin	: 26 août 2026
Date limite d'inscription	: -

Lieu :
Tampa Bay, Floride

Profil visiteur :
Acheteurs nord-américains spécialisés dans l'organisation d'évènements associatifs, voyages et événements corporate, évènements sportifs...

Reseau social :
https://informaconnect.com/connect-marketplace/

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - MICE - TOURNÉE DE DÉMARCHAGES

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE français, Professionnels français

Dans le cadre de sa stratégie de prospection sur les marchés nord-américains, Atout France organise une tournée de démarchage dans trois villes clés des États-Unis et du Canada au printemps 2026. Cette action s'inscrit dans une dynamique continue de promotion de l'offre MICE française auprès des acheteurs internationaux et vise à renforcer la visibilité de la destination France sur un marché hautement concurrentiel.

OBJECTIFS

- Accéder à des rendez-vous ciblés avec des professionnels qualifiés du secteur MICE
- Présenter votre offre dans un cadre propice aux échanges concrets et sur-mesure
- Bénéficier d'un accompagnement personnalisé de la part d'Atout France

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations françaises, hôtels et groupes hôteliers, DMC et agences, transporteurs

FORMAT

Liste des sessions :
Tournée de démarchages 2026

Date de début	: 21 avril 2026
Date de fin	: 23 avril 2026
Date limite d'inscription	: -

Lieu :
3 villes nord-américaines à confirmer selon les opportunités locales

Profil visiteur :
Professionnels nord-américains du secteur MICE, agences incentive, organisateurs corporate et autres décideurs ayant un intérêt confirmé pour la France

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - PRÉ-IMEX FRANKFURT 2026

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux

À l'occasion du salon IMEX Frankfurt 2026, Atout France propose une opération de type pré-tour organisée sur le territoire français, à destination d'une sélection d'acheteurs nord-américains. L'objectif est de valoriser l'offre MICE française dans un format immersif et expérientiel, en amont de leur participation au salon.

OBJECTIFS

- Accueillir des hosted buyers nord-américains dans un format personnalisé et valorisant
- Présenter votre offre MICE dans un cadre concret, immersif et propice à la relation commerciale
- Capter l'attention d'un public prioritaire pour vos actions à l'international

FORMAT

Liste des sessions :
Eductour Pré-IMEX Frankfurt 2026

Date de début	: 14 mai 2026
Date de fin	: 18 mai 2026
Date limite d'inscription	: -

Lieu :
Ville(s) française(s) à confirmer

Profil visiteur :
Hosted buyers nord-américains invités à IMEX Frankfurt, identifiés et qualifiés par Atout France pour leur intérêt confirmé pour la France

Visiteur attendu :
10

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - POST-IMEX FRANKFURT 2026

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Dans le prolongement de la participation de la France au salon IMEX Frankfurt 2026, Atout France organise un post-tour MICE sur le territoire français, à destination d'acheteurs nord-américains présents sur le salon. Cette opération vise à consolider les échanges initiés pendant l'évènement, en proposant une immersion concrète dans l'offre événementielle française.

OBJECTIFS

- Accueillir des acheteurs nord-américains déjà engagés dans un processus de prospection
- Gagner en visibilité dans le prolongement direct d'une présence à IMEX Frankfurt
- Bénéficier du cadre institutionnel et de l'appui d'Atout France dans une action coordonnée

FORMAT

Liste des sessions :
Eductour Post-IMEX Frankfurt 2026

Date de début	: 20 mai 2026
Date de fin	: 24 mai 2026
Date limite d'inscription	: -

Lieu :
Ville(s) française(s) à confirmer

Profil visiteur :
Acheteurs nord-américains en phase active de sourcing ou de consolidation de prestataires, profils sélectionnés pour leur potentiel de programmation vers la France

Visiteur attendu :
10

Wehner - Gael gael.wehner@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - EU OPEN HOUSE

PRESTATION

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous :
Public attendu : Grand public international

Organisé chaque année à Washington, D.C., l'EU Open House ouvre exceptionnellement les portes des ambassades des États membres de l'Union européenne au grand public américain. Cet événement, emblématique dans la capitale fédérale, offre à la France une opportunité de rayonnement unique auprès de plusieurs milliers de visiteurs curieux, engagés et francophiles.

OBJECTIFS

- Renforcer la visibilité de la France auprès du public américain dans un cadre prestigieux
- Engager le public par l'expérience : dégustations, jeux, ateliers, photos, storytelling
- Créer un moment de contact direct et chaleureux autour de l'image de la France

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Régions, CRT, offices de tourisme, marques gastronomiques françaises ou partenaires culturels, destinations patrimoniales ou œnotouristiques, etc.

FORMAT

Liste des sessions :
EU Open House
Date de la session : 09 mai 2026
Date limite d'inscription : -

Lieu :
Washington DC

Edition précédente :
14 000 visiteurs

Profil visiteur :
Grand public américain, familles, francophiles

Visiteur attendu :
+14 000

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

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

Les opérations à la carte

2024

- **Etats-Unis AAA Travel - Let's go to France** : Campagnes / Grand public international
- **États-Unis American Creators Travel Week in France - Campagne d'influence** : Campagnes / Grand public international
- **Etats-Unis Discover France with Hopper & Capital One Bank - Contenu Campagne** : Campagnes

2025

- **Etats-Unis 2026 - Webinaire thématique B2B Loisir** : Formations / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis - France Shopping Destination** : Campagnes / Grand public international
- **Bike in France Campaign** : Campagnes / Grand public international

2026

- **E-learning France Connaisseur** : Formations / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - E-newsletter dédiée B2B Loisir** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Missions à la demande** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Voyage de Presse** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Campagnes B2B Avec Consortia: INTERNOVA** : Campagnes / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 - Etude de programmation** : Etude et publications / Professionnels internationaux
- **Etats-Unis 2026 – Shopping Destinations** : Evénement grand public / Grand public international
- **Etats-Unis 2026 -Presse- Newsletter Dédiée** : Evénement grand public
- **Etats-Unis 2026 - Meaningful Travel Summit (Tourism Cares)** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

ETATS-UNIS AAA TRAVEL - LET'S GO TO FRANCE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Campagne

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

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destination (CRT) - Shopping - Attractions familles

Nombre de partenaires souhaités :
Illimité

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Format digital : Réseaux sociaux / E-mailing / Page web / Publicité / Magazine

Profil visiteur :
Familles / Couples sans enfants / Jeunes seniors

Visiteur attendu :
Plus de 40 000 visites par an

Media / Support :
Le site de AAA Travel.

Reseau social :
https://www.linkedin.com/company/aaanortheast/

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

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

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

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Campagnes, Formations
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Outre-mer , Shopping, Ville, Œnotourisme

Maximisez votre visibilité avec le Creators Week et positionnez votre destination en tête des préférences des millennials afro-américains. La Black Travel Alliance s'associe avec Atout France pour créer du contenu sur mesure et des supports marketing impactants. Ne manquez pas cette opportunité unique de capter l'attention et fidéliser une nouvelle clientèle !

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Regions, CRT, Attractions, Activités, Marques privées

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Conférence/Workshop/Eductours dédié à la création de contenus en France adaptés à la clientète afro-américaine

Indicateur de performance :
Les voyageurs afro -américains ont 70 % de probabilité en plus de se rendre dans des destinations et d'acheter auprès de marques où ils se voient reflétés.

Profil visiteur :
Millennial,afro-américains créateurs de contenu/infleunceurs

Visiteur attendu :
4 à 5

Media / Support :
Réseaux sociaux (Facebook, Insta, Twitter, Tik Tok, Youtube) / Blog, articles et videos -Campagnes de social et "native ads "pour la promotion des contenus

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

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

ETATS-UNIS DISCOVER FRANCE WITH HOPPER & CAPITAL ONE BANK - CONTENU CAMPAGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Campagnes

Hopper: Une Application à la Croissance Vertigineuse aux États-Unis
Hopper est l'une des OTA à la croissance la plus rapide sur le marché américain, enregistrant jusqu'à 3 millions d'installations par jour. Particulièrement populaire auprès de la Génération Z, Hopper se distingue par son partenariat exclusif avec Capital One, une banque avec plus de 45 millions de titulaires de comptes multi-générationnels, qui utilisent leurs points pour réserver des voyages. Depuis 2021, Hopper a connu une croissance exponentielle, représentant aujourd'hui 9 % des ventes de voyages vers la France parmi les OTA aux États-Unis.

OBJECTIF

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

ETATS-UNIS 2026 - WEBINAIRE THÉMATIQUE B2B LOISIR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Formations, Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Shopping, Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Atout France propose une série de webinaires thématiques à destination des agents de voyage luxe et tour-opérateurs américains, afin de promouvoir l'offre touristique haut de gamme française.

Chaque session de 45 minutes réunit jusqu'à 4 intervenants – idéalement un mix de destination, d'expérience et d'hôtellerie – pour présenter de manière ciblée et efficace leurs produits à un public

qualifié de prescripteurs.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Les agences américaines sont très demandeuses d'hébergements 4* et 5*, boutique-hotel... et agences réceptives.

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 4 par webinaire

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

Format

Un Webinaire de 45 minutes sur la plateforme ZOOM d'Atout France USA.

Déroulé

o 5 minutes : Introduction par Atout France USA
o 30 minutes : Présentations partagées entre les différents intervenants
o 10 minutes : Temps de Q&A

Accompagnement Atout France

- Soutien technique et formation à la plateforme en amont et conseils sur le contenu
- Animation/modération du webinaire et des Q&A
- Création invitation, formulaire d'inscription et relances
- Partage d'une enquête de satisfaction et de programmation à la suite du webinaire
- Partage de la liste des inscrits

Indicateur de performance :
En moyenne:

- 80 à 120 participants en direct et 250 à 300 inscrits
- 5 à 6 webinaires organisés chaque année
- +98% taux de satisfaction des participants aux webinaires Atout France

Profil visiteur :
Notre base de donnée de 40,000 contacts est composée de:
- 98% agences de voyage
- Nous sommes membres Virtuoso et Intenova, la plupart de nos contacts sont des agents affiliés à ces réseaux
- Les produits que recherchent nos contacts: Croisière, Culture et patrimoine, Gastronomie et Oenotourisme, Hébergements haut-de-gamme 4 à 5*, Bien-être, shopping
- Les agences américaines sont dispersées sur tout le teritoire, mais 90% sont localisées sur les Côtes: New York, New Jersey, Washington DC, Connecticut, Californie, Suivi du Texas, Illinois, Floride, Caroline du Nord et Colorado.

Visiteur attendu :

Anais Lecuyer Anais.Lecuyer@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS - FRANCE SHOPPING DESTINATION

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Shopping, Ville

Atout France USA propose d'accompagner ses partenaires destination shopping dans leurs efforts de conquête du marché américain par une activation 100% digitale et B2C.
Il s'agira d'optimiser la visibilité du partenaire afin de le promouvoir en tant que destination shopping de choix pour les voyageurs américains. Et cela en 3 étapes : favoriser les visites, pousser les offres, puis les ventes en magasin.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Grands magasins-outlets

Nombre de partenaires souhaités :
Min 1

FORMAT

Format de l'opération :
- Une stratégie entièrement digitale orientée B2C.
- Audience composée d'intentionnistes et de voyageurs hautement réactifs et réceptifs.
- Captage de l'audience à leur points d'entrées et arrivées : aéroports, gares

Indicateur de performance :
Occasions de voir
Impressions

Profil visiteur :
Génération X et Milleniaux

Media / Support :
Panneaux aéroports - Programmatique

Gamez - Tiana tiana.gamez@atout-france.fr

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

BIKE IN FRANCE CAMPAIGN

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Vélotourisme

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

OBJECTIF

PARTENAIRES

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

FORMAT

Lieu :

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

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

Profil visiteur :
Grand Public américain

Media / Support :
Affichage écran numéeriques dans des espaces publics, réseaux sociaux, Blogs, newsletter, site web spcialisés

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

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

E-LEARNING FRANCE CONNAISSEUR

OPÉRATION À LA CARTE

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

Type de rendez-vous : Formations

Public attendu : Professionnels internationaux

France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises.
L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :
Formation à distance.
Accès 24h/24 et 7j/7.

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

ETATS-UNIS 2026 - E-NEWSLETTER DÉDIÉE B2B LOISIR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Shopping, Slow tourisme , Vélotourisme, Œnotourisme

Promotion et mise en valeur de votre produit/service/destination auprès de la base de données B2B loisirs d'Atout France USA : Tours opérateurs et agences de voyage appartenant à des réseaux prestigieux tels que Virtuoso, Signature, Ensemble et Internova, intéressés par des thématiques telles que : culture, histoire et patrimoine, art de vivre, gastronomie, shopping.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Les agences américaines sont très demandeuses d'hébergements 4* et 5*, boutique-hotel... et agences réceptives.

FORMAT

Format de l'opération :
Optez pour une **newsletter dédiée** à l'image de votre marque, vous offrant une visibilité exclusive et un espace 100 % personnalisé.

Ou choisissez un **article ou encart dans notre newsletter trimestrielle**, un format éditorial partagé qui vous permet de valoriser vos actualités auprès de notre réseau B2B.

Deux formats complémentaires pour accroître votre notoriété et favoriser l'engagement de vos partenaires.

Indicateur de performance :
taux d'ouverture en moyenne de 35%
taux de clic de 5%

Profil visiteur :
Notre base de donnée de 40,000 contacts est composée de:
- 98% agences de voyage
- Nous sommes membres Virtuoso et Intenova, la plupart de nos contacts sont des agents affiliés à ces réseaux
- Les produits que recherchent nos contacts: Croisière, Culture et patrimoine, Gastronomie et Oenotourisme, Hébergements haut-de-gamme 4 à 5*, Bien-être, shopping
- Les agences américaines sont dispersées sur tout le teritoire, mais 90% sont localisées sur les Côtes: New York, New Jersey, Washington DC, Connecticut, Californie, Suivi du Texas, Illinois, Floride, Caroline du Nord et Colorado.

Visiteur attendu :
40,000 contacts

Anais Lecuyer Anais.Lecuyer@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - MISSIONS À LA DEMANDE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Rencontres B2B, Rencontres médias, Formations
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Bien être, Luxe, Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Dans le cadre de son accompagnement des destinations françaises sur le marché nord-américain, nous proposons une mission «?à la demande?» sous forme de démarchage ou de roadshow ciblé dans des bassins à fort potentiel aux États-Unis.

À travers des déjeuners, dîners, rendez-vous en agence, ou cocktails networking, cette action vous permet de rencontrer en direct des agences locales membres des grands réseaux haut de gamme (Virtuoso, Internova, Travel Leaders, Signature, etc.) afin de présenter votre offre touristique, créer du lien commercial et renforcer votre visibilité sur ce marché stratégique.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
comités régionaux et offices de tourisme, hoteliers 4 et 5 étoiles, musées, châteaux, expériences, transports, agences réceptives...

Nombre de partenaires souhaités :
entre 1 et 15

FORMAT

Lieu :

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

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

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr
Voelkl Karell Karell.Voelkl@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - VOYAGE DE PRESSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Médias internationaux

Avec l'utilisation de plus en plus à la hausse de l'Intelligence Artificielle, le modèle EEAT : Expérience, Expertise, Authority & Trust devient primordial. Dans le contexte du tourisme, cela signifie que les voyages de presse prennent une place encore plus importante qu'auparavant.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :
Atout France vous aidera à sélectionner les journalistes, vous conseillera sur le contenu du programme, enverra un accompagnateur et se chargera du suivi.?

Indicateur de performance :
Les précédents accueils que nous avons organisés ont permis de générer :

- Des publications sur les **réseaux sociaux** (certaines publications suites à des voyages de presse ont collecté plus de 21k like et ont été vues plus de 270k fois)
- Des **articles** publiés dans des médias spécialisés pour les pro (Travel Weekly), dans la gastronomie (Saveur), dans l'oenotourisme (Wine Enthusiast) mais aussi dans des médias généralistes du tourisme avec une très forte audience (Condé Nast Traveler 4M de lecteurs, Travel & Leisure 9M, Lonely Planet 4M, Fodor's Travel 2M...et pleins d'autres)
- Des **apparitions TV** (chronique live depuis la France dans Fox 5 qui a 1,7M de téléspectateurs)

Visiteur attendu :
De 2 à 4 journalistes

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

ETATS-UNIS 2026 - CAMPAGNES B2B AVEC CONSORTIA: INTERNOVA

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Campagnes, Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Activités outdoor, Transport, Bien être, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Grands évènements , Luxe, Montagne, Shopping, Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

INTERNOVA Travel Group est l'un des plus importants consortiums de distribution touristique en Amérique du Nord, regroupant plus de 7 000 agents de voyage répartis entre les États-Unis et le Canada.
À travers ses différentes marques – telles que ALTOUR, Global Travel Collection ou encore Travel Leaders Network – INTERNOVA propose un accès privilégié à un vaste réseau de professionnels du voyage hautement qualifiés et spécialisés.

Avec Atout France USA, vous avez l'opportunité de promouvoir votre offre auprès de ce réseau influent grâce à des campagnes ciblées, des actions de co-branding et des événements dédiés.

Rejoindre une campagne INTERNOVA, c'est bénéficier d'une visibilité stratégique sur le marché nord-américain et capter une clientèle internationale à fort pouvoir d'achat.

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Campagne marketing digital

Anais Lecuyer Anais.Lecuyer@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - ETUDE DE PROGRAMMATION

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Etude et publications
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Transport, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Grands évènements , Littoral , Luxe, Shopping, Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Dans un contexte de concurrence internationale accrue, il est essentiel pour les destinations touristiques françaises — villes, régions, territoires — de mieux comprendre leur positionnement sur le marché nord-américain.

Cette étude de programmation auprès des principaux tour-opérateurs américains vendant la France vous offre une vision claire et structurée des séjours actuellement proposés vers votre destination.

En identifiant les produits, itinéraires, les types de clientèle et les destinations vendues avec la vôtre, cette analyse vous permettra d'adapter vos actions marketing, de renforcer vos relations B2B et de capter plus efficacement la clientèle nord-américaine.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Offices du tourisme, comité régional de tourisme

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 4 partenaires

FORMAT

Lieu :

Profil visiteur :
tour opérateurs les plus représentatifs du marché américain, vendant la France

Visiteur attendu :
panel de 50 à 100 tour opérateurs

Anais Lecuyer Anais.Lecuyer@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 – SHOPPING DESTINATIONS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Evénement grand public
Public attendu : Grand public international

Le shopping est un puissant levier de séduction pour les voyageurs nord-américains en quête d'expériences immersives et personnalisées. Dans ce contexte, Atout France met en œuvre une série d'actions de valorisation des destinations shopping en France, combinant patrimoine, luxe accessible, hospitalité haut de gamme et art de vivre à la française.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

- Grands magasins, outlets, villages de marques
- Départements shopping
- Acteurs du lifestyle en lien avec le shopping

FORMAT

Format de l'opération :
La France incarne une **destination shopping par excellence**, qui allie savoir-faire, élégance et diversité des expériences. Des grands magasins emblématiques aux villages de marques en passant par les concept stores, centres commerciaux ou quartiers commerçants, l'offre française attire un public international exigeant, en quête de sens et de service.
Cette opération vise à **renforcer la visibilité des lieux emblématiques du shopping français** auprès du public nord-américain à fort pouvoir d'achat, à travers un **dispositif digital complet** et/ou des activations événementielles ciblées. Elle met en lumière l'accessibilité des expériences (conciergerie, détaxe, services exclusifs) ainsi que les liens entre shopping et culture.

Profil visiteur :

- Voyageurs nord-américains (segments premium et luxe)
- Shoppeurs avertis, adeptes de l'expérience et des services personnalisés
- Audience digitale et base abonnés France USA

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

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

ETATS-UNIS 2026 -PRESSE- NEWSLETTER DÉDIÉE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis

S'appuyant sur une base de plus de 5700 contacts medias, la newsletter mensuelle du bureau US offre une visibilitée unique auprès d'acteurs généralistes ou spécialisés (voyage, gastronomie, lifestyle, art, culture...) répartis sur l'ensemble du territoire americain.
Nous pouvons également créer une newsletter thématique specialisée sur-mesure pour permettre une promotion mieux ciblée (ex: Cognac en 2025).
Il est possible de cibler certains segments specifiques de la base de contact (ex : journalistes specialises dans les vin et spiritueux, le luxe...) pour un prix réduit.

La base de contacts s'affine de plus en plus et offre des retombées médiatiques plus fréquentes au fil des mois. Sur la période Mai-Juillet 2025, le taux d'ouverture a représenté 1 personne sur 4 (24,5%).

OBJECTIF

FORMAT

Sophie Poussardin sophie.poussardin@atout-france.fr

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

ETATS-UNIS 2026 - MEANINGFUL TRAVEL SUMMIT (TOURISM CARES)

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Etats-Unis
Type de rendez-vous : Rencontres B2B, Salons
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Activités outdoor, Bien être, Slow tourisme , Tourisme durable

Le Meaningful Travel Summit a pour objectif de sensibiliser les participants aux sujets mondiaux qui nous concernent tous, tels que le changement climatique, la durabilité, l'équité et l'inclusion, en leur fournissant les outils et les ressources nécessaires pour appliquer ces apprentissages à leurs entreprises. À la fin du programme, les participants sont encouragés à prendre des engagement à long terme. L'événement comprend également des expériences pratiques, notamment des visites et des expériences de voyage organisées avec des partenaires locaux.

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
- Sessions de formation
- Sessions d'immersion
- Sessions de rendez-vous one-on-one
- Panels de discussion

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

Visiteur attendu :
7,000 professionnels du secteur

Nathalie Poto nathalie.poto@atout-france.fr

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