RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



Plan d'actions Japon

Un marché mature, fidèle et à forte valeur ajoutée pour la destination France
Le Japon demeure l'un des marchés les plus fidèles à la France et bénéficie d'une affinité culturelle particulièrement forte avec la destination. Après une année 2025 marquée par une progression des recettes touristiques, le marché évolue en 2026 dans un contexte plus contraint, marqué notamment par les incertitudes géopolitiques liées au conflit au Moyen-Orient, la faiblesse persistante du yen et l'augmentation du coût des voyages internationaux. Ces facteurs pèsent sur la capacité d'une partie de la clientèle à concrétiser un projet de voyage en Europe.

Pour autant, l'envie de France reste particulièrement forte et constitue un atout majeur pour la destination. La demande se polarise davantage autour des clientèles disposant d'une capacité de voyage élevée et de celles pour lesquelles la France répond à une motivation suffisamment forte : gastronomie, vin, art, culture, patrimoine, cyclotourisme, savoir-faire, luxe ou autres centres d'intérêt affinitaires. A noter en Europe la forte progression de l'Espagne et de l'Italie.

Dans cette situation, l'enjeu est donc autant de maintenir la conversion que d'entretenir le désir de France. Les contenus culturels, les médias, les séries et les réseaux sociaux constituent à ce titre des leviers particulièrement pertinents pour maintenir la destination dans l'imaginaire des voyageurs japonais et faire émerger de nouvelles envies de voyage. Les collaborations avec les industries créatives, à l'image des actions menées autour de Drops of God ou de Netflix, permettent ainsi de faire découvrir une France toujours plus riche et plus diversifiée, au-delà des grands incontournables.

Chiffres clés

14,7
millions de départs à l’étranger en 2025 (contre 20 Mo en 2019)

600 000
séjours en France en 2019

37
vols hebdomadaires directs (AF, JAL, ANA) vs. 45 en 2019

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- **4e économie mondiale**, représentant environ 4 % du PIB mondial.
- **Population : 123 millions d'habitants**. Malgré le vieillissement démographique et la baisse de la population, les 20-29 ans représentent encore environ 12 millions de personnes. Cette génération constitue un réservoir significatif pour le renouvellement de la clientèle touristique internationale et justifie des actions spécifiques de rajeunissement du marché.
- **Croissance du PIB : +0,1 % en 2025**, dans un contexte de croissance économique faible.
- **PIB par habitant : environ 35 000 USD** en 2025.
- **Taux de chômage : autour de 2,5 %**, traduisant un marché de l'emploi structurellement tendu.
- **Inflation : environ 3 % en 2025**, après plusieurs décennies de très faible inflation.
- **Taux de change : 1 € ? 185 JPY en août 2026**, contre environ 161 JPY en mars 2025, illustrant la forte dépréciation du yen face à l'euro.
  La faiblesse du yen, combinée à l'inflation et à la hausse du coût des voyages internationaux, pèse sur le pouvoir d'achat des ménages japonais à l'étranger et constitue actuellement un frein important aux voyages long-courriers.

Positionnement de la destination France

La France est la première destination européenne des voyageurs japonais, devant l'Espagne et l'Italie. Elle bénéficie d'une image particulièrement forte et durable, associant culture, patrimoine, gastronomie, art de vivre, savoir-faire, mode et création.
Après la reprise des voyages internationaux en 2025, le marché évolue en 2026 dans un environnement plus contraint, marqué notamment par la **les incertitudes géopolitiques, la faiblesse du yen et la hausse du coût des voyages**. Ces facteurs freinent la concrétisation des projets de voyage, sans pour autant remettre en cause l'attractivité de la France.
La demande tend ainsi à se **polariser autour des clientèles à forte capacité de dépense et des voyageurs fortement motivés par un centre d'intérêt**. La France conserve un potentiel important auprès des *repeaters* et des clientèles affinitaires, notamment grâce à la richesse de son offre culturelle, gastronomique, œnotouristique et régionale.
Dans ce contexte, l'enjeu est de **maintenir le désir de France et de préparer la demande future**, tout en accompagnant les professionnels japonais dans la commercialisation d'une offre différenciante et à forte valeur ajoutée.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Profil des voyageurs
Le marché japonais est un marché mature, caractérisé par une clientèle **exigeante en matière de qualité, de service et de fiabilité**. Les principaux bassins émetteurs sont Tokyo et Osaka.
Les **voyages individuels (FIT)** occupent une place croissante, tandis que les petits groupes restent importants. Les *repeaters*, qui représentaient déjà une part significative de la clientèle avant la pandémie, constituent un segment stratégique : familiers de la destination, ils sont davantage susceptibles de renouveler leur expérience de voyage et d'explorer de nouvelles régions.
La clientèle est diverse : voyageurs seuls, couples, amis et familles multigénérationnelles. Les **seniors restent une clientèle importante**, tandis que les jeunes générations représentent un enjeu de renouvellement du marché à moyen et long terme. La clientèle féminine occupe également une place importante dans les voyages vers la France.
Dans le contexte économique actuel, les voyageurs japonais se montrent **plus attentifs au coût et à la valeur du voyage**. Cette évolution n'empêche pas la demande de se maintenir auprès des clientèles disposant d'une plus grande capacité de dépense et des voyageurs pour lesquels la France constitue une destination particulièrement désirée.
Principales raisons de choisir la France et activités favorites
Les voyageurs japonais préparent généralement leur séjour avec soin et accordent une grande importance à la **qualité de l'information, à la fiabilité et au niveau de service**. Le marché évolue progressivement vers davantage de

voyages individuels (FIT) et de petits groupes, tandis que les agences et tour-opérateurs conservent un rôle important, notamment pour les voyages complexes, thématiques ou à forte valeur ajoutée.
Les **repeaters** privilégient davantage les itinéraires personnalisés et les expériences autour de leurs centres d'intérêt. Les voyageurs recherchent également de plus en plus des informations et de l'inspiration en ligne, notamment via les réseaux sociaux, les médias et les contenus vidéo, avant de réserver.
Dans un contexte de yen faible et de hausse du coût des voyages, la **perception de la valeur** est devenue un facteur déterminant. Les clientèles les plus résilientes sont celles pour lesquelles la France représente une destination particulièrement désirée ou répond à une motivation spécifique. Le rôle de la promotion est donc à la fois de faciliter la conversion et de **maintenir le désir de France en amont du voyage**.

Destinations favorites en France

Paris et l'Île-de-France restent les principales destinations des voyageurs japonais, notamment lors d'un premier séjour en France. Les grandes destinations culturelles et patrimoniales comme la Côte d'Azur, Lyon, Bordeaux, la vallée de la Loire et l'Alsace bénéficient également d'une forte notoriété.
Avec la maturité du marché et le développement des repeaters, l'intérêt se porte davantage vers les **destinations régionales et les itinéraires thématiques**, notamment autour du vin et de la gastronomie, de l'art et du patrimoine, des jardins, du cyclotourisme, des savoir-faire et de la nature.
Le potentiel de développement réside ainsi dans la capacité à faire découvrir une **France plus diversifiée**, en complément des destinations déjà connues.

Sensibilité au tourisme durable

La sensibilité au tourisme durable progresse au Japon, mais n'est pas encore un critère déterminant du choix de destination internationale, notamment par rapport à la qualité de l'expérience, au patrimoine, à la gastronomie et au rapport qualité-prix.
Le sujet peut toutefois être valorisé à travers des bénéfices concrets et facilement compréhensibles pour le voyageur : **mobilité en train, découverte des produits locaux, circuits courts, savoir-faire, préservation du patrimoine et de l'environnement, destinations moins fréquentées ou expériences au plus près des territoires**.
Cette approche est particulièrement pertinente pour les clientèles affinitaires et les repeaters, qui recherchent des expériences plus authentiques et approfondies.

Mode de réservation

Le marché évolue progressivement vers davantage de voyages individuels (FIT) et de petits groupes, même si les agences de voyages et tour-opérateurs conservent un rôle important, notamment pour les voyages complexes, thématiques ou à forte valeur ajoutée.
Les voyageurs japonais préparent généralement leur séjour avec soin et recherchent des informations fiables et détaillées. **Internet et les réseaux sociaux jouent un rôle croissant dans l'inspiration et la préparation du voyage**, tandis que la réservation peut combiner recherche en ligne et recours à un professionnel.
Les repeaters et les clientèles affinitaires sont davantage susceptibles de rechercher des itinéraires personnalisés et des expériences spécifiques. Dans un contexte de yen faible et de hausse du coût des voyages, la **perception de la valeur** et la qualité de l'offre constituent des facteurs particulièrement importants dans la décision de réservation.

Saisonnalité

Le marché japonais est actif toute l'année, avec toutefois des périodes particulièrement favorables au printemps et à l'automne. La diversité de l'offre française permet de travailler différentes saisons et clientèles : patrimoine et culture au printemps et à l'automne, montagne et ski en hiver, littoral et itinérance en été, mais également gastronomie, œnotourisme, jardins et événements tout au long de l'année.
Les voyages vers la France se préparent généralement plusieurs mois à l'avance, ce qui nécessite une **programmation et une promotion anticipées** auprès des professionnels japonais.

Recommandations pour aborder ce marché

- **Entretenir le désir de France** dans un contexte économique et géopolitique incertain, en s'appuyant notamment sur la forte affinité culturelle entre les deux pays.
- **Maintenir et développer le travail B2B** avec les tour-opérateurs et agences japonais, en accompagnant l'évolution vers davantage de FIT, de petits groupes et de voyages personnalisés.
- **Fidéliser les repeaters** en proposant de nouvelles expériences et des destinations régionales.
- **Développer les clientèles affinitaires**, notamment autour de la gastronomie, du vin, de l'art, de la culture, du patrimoine, du cyclotourisme, des jardins et des savoir-faire.
- **Maintenir une attention particulière aux clientèles à forte contribution**, actuellement parmi les plus résilientes.

- **Investir dans le rajeunissement de la clientèle**, en développant des contenus et canaux adaptés aux jeunes générations.
- **Utiliser les médias, l'influence, les réseaux sociaux et les industries créatives** pour entretenir l'imaginaire français et faire émerger de nouvelles envies de voyage.
- **Travailler dans la durée**, compte tenu des délais de programmation du marché japonais.
- **Valoriser les régions françaises**, en proposant des expériences concrètes et différenciantes permettant aux voyageurs japonais de renouveler leur connaissance de la destination.
- **Anticiper les cycles de programmation**, les professionnels japonais travaillant plusieurs mois à l'avance. Une présence régulière et inscrite dans la durée est donc essentielle.
  Dans un contexte où la capacité à voyager peut être temporairement freinée, l'enjeu est de maintenir l'envie de France afin d'être prêt à convertir la demande lorsque les conditions économiques et sécuritaires redeviendront plus favorables.

Revoir les webinaires Atout France Live

Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2027.
Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2027, Atout France présente une série de webinaires.
En 1h, 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 Moka Miyashita, de Global Youth Bureau - Tour-opérateur japonais
Moka Miyashita

Présentation du marché JAPON

Le marché Japon en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

JAPON

Taux de change

1 EUR = 167 JPY (06/2025)

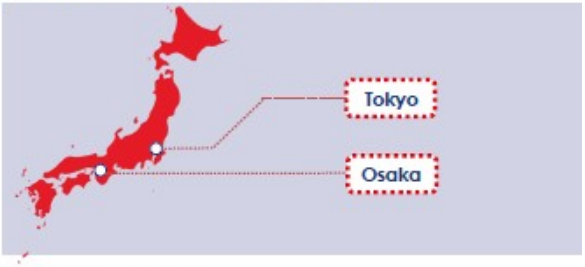
Quelques données économiques 2024

- 124 MILLIONS d'habitants
- 50 700€ PIB / habitant
- +0,6% croissance PIB 2024

Données touristiques

- 13 MILLIONS de voyages à l'étranger en 2024
- 65% De reprise de l'outbond à juin 2025 (versus 2019)
- 0,6 MILLION d'arrivées de Japonais en France en 2019
- 618 MILLIONS de recettes touristiques en France issues du tourisme japonais (2024)
- 7 JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



- 30% PRINTEMPS
- 30% AUTOMNE
- 20% ÉTÉ
- 20% HIVER

Période de réservation

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

Profil voyageurs

- La France, 1re destination en Europe,
- Les voyageurs FIT progressent et deviennent aussi importants que les groupes ; l'utilisation d'agences de voyages reste très fréquente,
- Les principaux segments sont les séniors et la clientèle féminine,
- Ils apprécient les prestations de haut niveau et les séjours thématiques.

Principales destinations visitées en France



TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Tourisme urbain
2. Culture événements
3. Gastronomie

Contact marché Japon | frederic.mazenq@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **Japon - Workshop Sakidori** : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux, Professionnels du secteur MICE

JAPON - WORKSHOP SAKIDORI

PRESTATION

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

Cet événement annuel de rencontres professionnelles est un moment incontournable pour les agents, tour opérateurs et les médias. Cette semaine de workshops, séminaires, démarchages constitue un outil privilégié pour entretenir et développer votre réseau d'affaires au Japon.

OBJECTIFS

- Promouvoir la diversité de l'offre française, en favoriser la programmation et le développement des ventes
- Informer sur les nouveautés et les actions des partenaires
- Permettre de créer de nouveaux contacts professionnels et medias

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations

Nombre de partenaires souhaités :
De 15 minimum à 38 maximum

Visibilité partenaire :
Table sur l'événement avec planning de rendez-vous préprogrammés B2B et Media, Rencontres complémentaires B2B ou médias en fonction des options choisies.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription : 30 mars 2027

Précisions tarifaires :
Coûts estimatif* : 3 500 JPY HT hors options *Les services annexes (traduction de documents, interprète…) font l'objet d'une facturation additionnelle. * Le forfait de base comprend : stand exposant, transferts aéroports sur la base des horaires proposés, repas prévus au programme. Feront l'objet d'une facturation additionnelle : interprète, carte de visite, traduction de documents, hébergements... Les transports aériens internationaux, repas et transports non inclus sont à la charge des participants.

FORMAT

Liste des sessions :
SAKIDORI 2027

Date de début	: 31 mai 2027
Date de fin	: 04 juin 2027
Date limite d'inscription	: 01 avril 2027

Lieu :
Tokyo, Osaka (sous réserve)

Format de l'opération :

- Présentation de marché et ateliers avec des intervenants pour les exposants
- Rencontres professionnelles (rendez-vous préprogrammés + créneaux horaires de rencontres libre)
- Rencontres presse (option)
- Soirée VIP avec les patrons de l'industrie du tourisme, les journalistes les plus importants et des influenceurs
- Séminaires thématiques pour les professionnels
- Optionnel : rencontres professionnelles à Osaka, séminaires, démarchages, workshop...

Indicateur de performance :
Nombre de TO et de médias participants, nombre de rdv

Edition précédente :
Sakidori 2026 (workshops) :
Nombre de partenaires : 31 (35 en 2025, 38 en 2024, 31 en 2023)
Nombre de visiteurs : 166 pros, 34 Médias
650 rendez-vous

Profil visiteur :
TO et AGV qui commercialisent la France, médias féminins, mode, voyage, gastronomie...

Visiteur attendu :
140 TO/AGV et 50 médias

KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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

Les opérations à la carte

2026

- **E-learning France Connaisseur** : Formations / Professionnels internationaux

2027

- **Japon - MICE : Eductour** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Japon - Démarchage B2B** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Japon - Visites virtuelles pour agents de voyages** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Japon - Agences Réceptives : démarchage en ligne** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Japon - Accueil de Presse** : Rencontres médias
- **Japon - Séminaire Médias en ligne** : Rencontres médias
- **Japon - Démarchage Medias en ligne** : Rencontres médias
- **Japon - Haute contribution : Dossier de Presse** : Rencontres médias / Grand public international, Médias internationaux
- **Japon - France des Festivals : campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Souvenirs des terroirs : Campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Voyages de Noces : Accueil de Presse** : Rencontres médias / Grand public international, Médias internationaux
- **Japon - Œnotourisme durable : Séminaire B2B** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Japon - Haute contribution : Eductour** : Rencontres B2B
- **Japon - Pack de communication : Réseaux Sociaux** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Démarchage commercial en ligne** : Rencontres B2B
- **Japon - Séminaire B2B** : Formations / Professionnels internationaux
- **Japon - Haute contribution : Evènement pour la clientèle féminine japonaise** : Evénement grand public / Grand public international
- **Japon - Accueils d'influenceurs** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Séminaire Ski B2B2C** : Evénement grand public / Grand public international, Professionnels internationaux
- **Japon - Cyclotourisme : Influenceur & Campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international

- **Japon - Co-création de produits d'agences de voyage** : Campagnes / Professionnels internationaux, Grand public international
- **Japon - Œnotourisme : Campagne en ligne** : Campagnes
- **Japon - Voyages de noces : campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Cyclotourisme : Accueil de Presse** : Rencontres médias / Grand public international, Médias internationaux
- **Japon - Montagne : Influenceur & Campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Voyage en train : Accueil médias** : Rencontres médias / Grand public international, Médias internationaux
- **Japon - Voyage en train : Influenceur & Campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Tourisme durable : Campagne en ligne** : Campagnes / Grand public international
- **Japon - Démarchage Post-Workshop Corée** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

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

JAPON - MICE : EDUCTOUR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
Espaces et filières : MICE

Depuis les grands évènements sportifs de 2024 et l'Expo Universelle de 2025, un coup de projecteur sera mis sur l'offre MICE française. Afin de faire redécouvrir cette offre de qualité aux TO japonais, un éductour réservé aux agences de voyage qui travaillent le segment MICE pourra être organisé.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toute offre MICE

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
• Eductour d'environ 3 nuits,
• 4 à 5 professionnels sélectionnés,
• Après l'éductour, Atout France suivra les sorties des nouveaux produits de chaque agence.

Indicateur de performance :
Nouvelles programmations après l'éductour

Profil visiteur :
TO / agences de voyages travaillant ce thème

Visiteur attendu :
4 à 5 professionnels japonais

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

JAPON - DÉMARCHAGE B2B

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux

Vous souhaitez attirer davantage de voyageurs japonais ? ?
Le contact direct fait toute la différence, les professionnels japonais privilégient les relations en face-à-face. Nous vous offrons l'opportunité de rencontrer et d'échanger avec les acteurs clés du secteur au Japon (agences de voyages, tour-opérateurs) afin de créer, développer et entretenir votre réseau, et mettre en place une dynamique vers les professionnels du marché japonais. Nous élaborerons un programme de démarchage sur-mesure qui s'étend sur 1 à 5 jours, selon vos besoins.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations.

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3 par groupe de démarchage

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Atout France au Japon vous accompagne avant, pendant et après le rendez-vous pris avec les agences (sous réserve de disponibilités des agents Atout France et du calendrier d'actions).?

- **2-3 semaines avant le jour J** : préparation du programme : choix des agences, prise de rdv, définition des outils et angles de communication.?
- **1 semaine avant le jour J** : envoi du programme et des fiches de notoriété TO par Atout France. ?
- **Le jour J** :
  - Briefing pour la présentation des offres?
  - Déplacement en agence avec un accompagnateur Atout France ou un interprète extérieur?
  - Traduction de la présentation et des échanges?
  - Envoi d'un mail récapitulatif sur les rendez-vous réalisés

Profil visiteur :
Sélection en fonction du profil du partenaire.

Visiteur attendu :
4 RDV/jour (de 4 à 20 agences)

KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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

JAPON - VISITES VIRTUELLES POUR AGENTS DE VOYAGES

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux

Cette action est une adaptation du concept des visites virtuelles, développées pour le grand public, à un public professionnel afin de mieux former et convaincre les agents de voyage.?
Cette action de promotion est composée de 2 parties : un webinaire B2B suivi d'une visite virtuelle en live.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Cette action s'adresse surtout aux établissements : musées, châteaux et autres monuments historiques afin de mieux faire découvrir leurs collections et leurs circuits de visite aux agents de voyage japonais.

Nombre de partenaires souhaités :
1 partenaire

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
3 étapes

1. Formation en ligne pendant 30 minutes
2. ?Visite virtuelle en live, idéalement avec un guidage en japonais pendant 30 minutes
3. Partage des contacts des participants après l'événement

Indicateur de performance :
Nombre de participants

Profil visiteur :
Professionnels des agences de voyage et Tour Opérateurs qui correspondent à la demande du partenaire.

Visiteur attendu :
Selon la cible, entre 80 et 130 participants

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

JAPON - AGENCES RÉCEPTIVES : DÉMARCHAGE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Communication B2B
Public attendu : Professionnels internationaux

Démarchage digital exclusif pour les agences réceptives, afin de rencontrer des agences de voyages japonaises et trouver de nouveaux partenaires.?
Depuis la fin de la pandémie, un certain nombre d'agences de voyages japonaises ont tendance à travailler directement avec les agences réceptives afin de bénéficier des meilleures offres aux meilleures conditions, avec des tarifs souvent plus compétitifs.? Cette action vous permet de les rencontrer

directement pour développer vos affaires.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Agences réceptives françaises

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Atout France au Japon vous accompagne avant, pendant et après le rendez-vous pris avec les agences.
- **2-3 semaines avant le jour J** : préparation du programme : choix des agences, prises de rdv, définition des outils et angles de communication, tests de connexion.
- **2-3 jours avant le jour J** : briefing pour la présentation des offres, envoi des fiches de notoriété TO par Atout France.
- **Le jour J** :
  - mise en place technique, tests de connexion,
  - traduction de la présentation et des échanges par Atout France,
  - Envoi d'un mail récapitulatif sur les rendez-vous réalisés.

Horaires des 2 rendez-vous sur 1 journée

	Heure en France été	**Heure en France hiver**
16h-16h45	9h00-9h45	8h00-8h45
17h-17h45	10h00-10h45	9h00-9h45

Profil visiteur :
- Agences de voyages japonaises qui souhaitent développer leurs business par la collaboration avec les agences réceptives en France.?

Visiteur attendu :
2 RdV par jour

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

JAPON - ACCUEIL DE PRESSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres médias

Le Japon fait partie des pays où l’information en ligne ne s’est pas substituée à la presse traditionnelle et où les deux coexistent efficacement. Atout France propose des thématiques pertinentes pour le marché

mais peut également rechercher des médias spécifiques à un sujet selon les besoins des partenaires.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous profils. 1-2 destinations par accueil, partenariat transferts, hébergements...

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Le format standard d'un accueil est le suivant :

1. **Atout France sélectionne un ou deux médias,**
2. **La rédaction enverra une équipe éditoriale** composée de 2 pax : un journaliste et un photographe,
3. **Accompagnement-interprétariat** par un agent d'Atout France Japon,?
4. **Réalisation** du déplacement et de reportage (durée d'une semaine maximum),?
5. **Production d'un article** au retour.

Notes :

- Thèmes envisagés pour 2027 : la gastronomie, le savoir-faire, la nature, le design et l'architecture, la randonnée douce…
- *Il arrive que plusieurs supports acceptent de participer à un même accueil.*
- *Certaines thématiques peuvent nécessiter des groupes plus importants.*
- *Possibilité d'accueillir des correspondants de la presse japonaise en France généralement basés à Paris mais avec des choix plus limités. Les périodes à privilégier sont l'avant et l'arrière-saison.*
- *La publication peut avoir lieu 1 ou 2 mois après l'accueil (média online) et 2 ou 3 mois (média offline) selon le planning des médias invités.*

Indicateur de performance :
Tirage, contre-valeur publicitaire des publications

Profil visiteur :
Journalistes japonais, autres profils pour certaines thématiques

Visiteur attendu :
2 à 5 + 1 accompagnant coordinateur-Interprète Atout France Japon.

Media / Support :
En fonction des besoins déterminés avec le partenaire.

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - SÉMINAIRE MÉDIAS EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres médias

L'organisation d'un séminaire presse en ligne est une communication efficace vous permettant d'informer la presse japonaise des caractéristiques de vos destinations avec les angles d'attaques différents pour répondre aux intérêts des journalistes nippons.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tout type de partenaire.

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 2 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- **2 mois avant** : choix de la date et des cibles, début de la préparation d'un dossier de presse (nouvelle création ou traduction de dossiers existants) et de vidéos à diffuser pendant le webinaire.
- **1 mois avant** : envoi des présentations par les partenaires au format Powerpoint pour traduction en japonais.
- **3 semaines avant** : envoi de l'invitation aux journalistes ciblés.
- **1 semaines avant** : envoi des profils des médias inscrits, relances.
- **Jour J-1 ou 2** : test de connexion, répétition, briefing sur les profils des médias, Q&A.
- **Jour J** : Webinaire et débriefing.
- **Suivi** :
  - Mailing aux participants/absents pour envoyer le webinaire enregistré, les présentations utilisées pendant le webinaire, et les dossiers de presse des partenaires.
  - Mise en ligne des éléments ci-dessus sur l'espace Média d'Atout France au Japon.

Note : il est possible d'appliquer ce format à l'organisation d'une conférence de presse online.

Profil visiteur :
Médias sélectionnés en fonction de la thématique du wébinaire.

Media / Support :
Présentation powerpoint (traduction non comprise dans le prix de base), vidéos.

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - DÉMARCHAGE MEDIAS EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres médias

Atout France peut organiser pour vous un démarchage à distance. Sans remplacer complètement une rencontre physique, cette action vous permet de connaître les centres d'intérêts de journalistes (très variables en fonction des supports), et leur proposer des idées de reportages à l'occasion de l'échange.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations.

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Atout France au Japon vous accompagne avant, pendant et après le rendez-vous pris avec les journalistes.

- **2 mois avant** : définition des outils et angles de communication, choix du thème, choix des médias, traduction de dossiers (si nécessaire)
- **1 mois avant** : prise de rdv, établissement du programme
- **2-3 jours avant** : briefing pour la présentation des offres, envoi des fiches de notoriété PRESSE par Atout France, test de connexion
- **Le jour J** :
  - mise en place technique
  - traduction de la présentation et des échanges par Atout France
  - Envoi d'un mail récapitulatif sur les rendez-vous réalisés

Horaires des 2 rendez-vous sur 1 journée

	Heure en France été	Heure en France hiver
16h-17h00	9h00-10h00	8h00-9h00
17h15-18h00	10h15-11h15	9h15-10h15

Profil visiteur :
Sélection en fonction du profil du partenaire (magazine, agence de presse, producteurs de télévision, guides touristiques).

Visiteur attendu :
2 Rendez-vous par jour

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - HAUTE CONTRIBUTION : DOSSIER DE PRESSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Grand public international, Médias internationaux
Espaces et filières : Luxe

Face à la concurrence mondiale, les destinations en France développent leurs offres pour la clientèle luxe et super-luxe ces dernières années.?
Pour répondre aux nouvelles demandes de la clientèle aisée, la presse japonaise ressent la nécessité de créer des contenus sur les offres touristiques hauts de gamme, notamment les hébergements et les expériences atypiques.?
Un dossier de presse thématique « Expériences de luxe » sera créé afin de donner un aperçu de l'offre française dans ce secteur (palaces, hôtels de grand luxe, chambres d'hôtes dans un château, sortie en voiture classique, vol en hélicoptère etc….)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

- **Destinations** (CRT/CDT/OT): au moins 2?
- **Hébergements** (hôtels 4 étoiles de plus, palaces, glamping...) au moins 6?
- **Prestataires** offrant une expérience atypique (restaurateurs, bien-être, agence réceptive VIP)

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Un dossier de presse (20 à 28 pages) présentant les produits luxe sera créé sans reportage sur place, mais à partir de textes et images fournis par les partenaires. ?
- Le contenu : palaces, destinations de luxe, hébergements (hôtels, chambres d'hôtes en château, glamping…), expériences (vol en hélicoptère etc.).
- Le dossier sera publié sur le site Presse d'ATF et relayé par une Newsletter Presse Spéciale (1.050 contacts presse, taux d'ouverture : 25-30%).?
- Possibilité de combiner cette offre à un programme de mise en avant B2C (Media Pack B2C).

Indicateur de performance :
Retombées presse

Media / Support :
Magazines lifestyle, presse ciblant les CSP++

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - FRANCE DES FESTIVALS : CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Activités outdoor

Musique jazz, classique ou contemporaine, cette campagne en ligne vise à faire connaitre les festivals qui se tiennent en France auprès d'un public bien ciblé.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tout partenaire lié aux festivals de musique

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Cette campagne en ligne sera composée d'**une page de campagne**, de **posts SNS**, d'une **newsletter** et d'un **plan d'achat d'espaces**.

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires

Profil visiteur :
Public général, plutôt jeune, aimant la musique et le voyage?

Media / Support :
Contenu posté sur les plateformes d'Atout France

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international

Augmentez votre notoriété auprès du public japonais !
Une campagne en ligne est composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une E-newsletter dédiée et d'un plan d'achat d'espaces. Un jeu concours peut venir compléter l'opération pour augmenter le nombre de visites et les partages.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tout type de partenaires

Nombre de partenaires souhaités :
Tout type de partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- **Adaptée**, selon les besoins du partenaire.
- En fin de campagne, une synthèse est préparée et envoyée au partenaire.
- Exemple de page de campagne.

Indicateur de performance :
Nombre de Pages Vues / Nombre d'Impressions, de réactions, de partages et de clics sur le lien des posts SNS / Taux d'ouverture de l'E-newsletter / Nombre d'Impressions, de clics et le Coût par clic du plan d'achat d'espaces.

Profil visiteur :
Communauté d'Atout France au Japon et public ciblé en fonction des objectifs de la campagne.

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - SOUVENIRS DES TERROIRS : CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international

Une campagne en ligne sur le thème des souvenirs et des produits locaux.? Idéal à la fois pour faire connaître des savoirs-faire uniques et pourquoi pas soutenir leur exportation (articulation avec Business France possible).

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Régions françaises

Nombre de partenaires souhaités :
4 partenaires minimum

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Campagne en ligne composée d'un mini-site de campagne, de posts SNS, de newsletter et d'un plan d'achat d'espaces.
- Chaque région partenaire disposera d'une page dédiée sur le site de la campagne, comprenant un article sur les produits phares de la région, ainsi qu'un essai rédigé une écrivaine ou journaliste de renom.
- Une seconde partie permet de proposer 3 offres de produits locaux à ramener au Japon et liées à des activités touristiques (visite de caves, d'atelier, de musées, d'usine etc.)
- Idéalement, il est souhaitable d'organiser un jeu concours offrant un souvenir proposé par les partenaires.

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires

Profil visiteur :
Public général, aimant le voyage

Media / Support :
Communautés d'Atout France au Japon

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - VOYAGES DE NOCES : ACCUEIL DE PRESSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Grand public international, Médias internationaux

Le voyage de noces est un moment particulièrement important dans la vie des Japonais et représente une excellente opportunité pour capter une clientèle de jeunes couples à la recherche de destinations romantiques et dotés de budgets importants pour ce séjour mémorable.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations ayant une offre / image romantique

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 2 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

1. Atout France

   sélectionne 1
   média
2. **Envoi**
   par la rédaction d'une équipe éditoriale composée de 5 pax (un journaliste et un photographe, 1 couple de mannequins et 1 accompagnateur-interprète Atout France)?
3. **Réalisation du reportage**
   sur un séjour d'une semaine maximum
4. **Production**
   d'un article au retour

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions magazine, Contre-Valeur Publicitaire.

Profil visiteur :
Journalistes de médias spécialisés dans la thématique

Visiteur attendu :
2 à 5

Media / Support :
Presse spécialisée sur la thématique

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - ŒNOTOURISME DURABLE : SÉMINAIRE B2B

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Communication B2B, Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux
Espaces et filières : Œnotourisme

Le Japon demeure une priorité forte pour l'exportation des vins français et l'œnotourisme y constitue une thématique majeure pour inciter au départ la clientèle des repeaters, essentielle dans la phase de reprise des flux. Cette action, intégrant un séminaire B2B et une dégustation, capitalise sur l'importance de ce sujet mais en l'orientant vers l'expertise française en matière de viticulture durable (biodynamique, agriculture naturelle, etc.) pour répondre également à une prise de conscience croissante chez les Japonais de l'importance du développement durable.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toutes les destinations ayant une offre oenotouristique

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 4

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Présentation par Atout France, après un travail de préparation (éléments fournis par le partenaire), puis dégustation commentée des vins.

- 2 mois avant : choix de la date de l'événement
- 1 mois avant : envoi des présentations par les partenaires au format Powerpoint pour traduction en japonais
- 3 semaines avant : envoi de l'invitation aux professionnels ciblés

- Jour J :
  - Atout France au Japon réalise la présentation à la place des partenaires en France (cette promotion ne demande pas aux partenaires le déplacement au Japon).

- après l'évènement :
  - les professionnels reçoivent les présentations des partenaires
  - le partenaire reçoit les contacts des participants

Indicateur de performance :
Nombre de contacts

Profil visiteur :
Agences de voyage qui travaillent l'œnotourisme, spécialistes de la France.

Visiteur attendu :
40

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

JAPON - HAUTE CONTRIBUTION : EDUCTOUR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Espaces et filières : Luxe

Avec près de 8% de la population faisant partie de la catégorie aisée, le Japon est un pays à fort potentiel dans le secteur du voyage de luxe. Cette clientèle, plus nombreuse et plus aisée d'année en année, répond parfaitement aux besoins du secteur du luxe français.
Atout France propose d'organiser un éductour permettant de mettre en avant l'offre touristique française du luxe. Cet éductour sera réservé aux agences de voyage qui envisagent de créer de nouveaux produits luxe. L'objectif est de leur faire découvrir et tester les services du tourisme de luxe en France pour favoriser la création d'une nouvelle programmation après le voyage.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toute offre luxe

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
• Eductour d'environ 3 nuits
• 4 à 5 professionnels sélectionnés
• Après l'éductour, Atout France suivra les sorties des nouveaux produits de chaque agence

Indicateur de performance :
Nouvelles programmations à l'issue de l'éductour

Profil visiteur :
TO / agences de voyages travaillant la clientèle luxe

Visiteur attendu :
4 à 5 professionnels

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

JAPON - PACK DE COMMUNICATION : RÉSEAUX SOCIAUX

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international

Ensemble d’actions de communication B2C : création d’un article sur France.fr, publications de posts SNS et insertion dans l’E-newsletter mensuelle. En choisissant parmi trois plans d'achats, le partenaire a la possibilité de déterminer le support sur lequel il souhaite mettre l’accent. Le partenaire recevra un rapport détaillé des résultats du pack média 1 mois après la période de communication.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Action ouverte à tout partenaire

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Trois plan de base disponibles, en fonction des objectifs du partenaire :

- **Plan standard** : (à partir d'un article existant) 1 post X, Facebook + 1 encadré dans l’E-newsletter
- **Plan standard + Article** : création d’un article + 1 post X, Facebook + 1 encadré dans l’E-newsletter
- **Plans standard + Newsletter dédiée** : création d’un article + 1 post X, Facebook + envoie de l’E-newsletter + 1 jeu-concours
- Le contenu peut être personnalisé pour répondre à vos besoins.
- Une synthèse est réalisée à la suite de l'opération

Indicateur de performance :
Nombre de pages vues / Nombre d’impressions, de réactions, de partages et de clics sur le lien des posts SNS / Taux d’ouverture de l’E-newsletter

Profil visiteur :
Communauté francophile, souvent repeaters pour les voyages

Media / Support :

Communauté d’Atout France au Japon

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois

X (Twitter) : 105 000 abonnés

Facebook : 50 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - DÉMARCHAGE COMMERCIAL EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Vous avez des difficultés pour venir jusqu'au Japon mais souhaitez quand même échanger avec des professionnels ? Atout France peut organiser pour vous un démarchage à distance.
Du fait du décalage horaire (+7h en été, +8h en hiver), ce format de démarchage permet 2 RDV par jour (contre 4 en présentiel). Sans remplacer complètement une rencontre physique, cette action vous permet de développer/entretenir votre réseau et de mettre en place une dynamique vers les professionnels du marché japonais.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Atout France au Japon vous accompagne avant, pendant et après le rendez-vous pris avec les agences.
- **2-3 semaines avant le jour J** : préparation du programme : choix des agences, prises de rdv, définition des outils et angles de communication, tests de connexion.
- **2-3 jours avant le jour J** : briefing pour la présentation des offres, envoi des fiches de notoriété TO par Atout France.
- **Le jour J** :
  - mise en place technique, tests de connexion,
  - traduction de la présentation et des échanges par Atout France,
  - Envoi d'un mail récapitulatif sur les rendez-vous réalisés.

Horaires des 2 rendez-vous sur 1 journée

	Heure en France été	Heure en France hiver
16h-16h45	9h00-9h45	8h00-8h45
17h-17h45	10h00-10h45	9h00-9h45

Profil visiteur :
Sélectionnés en fonction du profil du partenaire

Visiteur attendu :
2 RDV par jour

KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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

JAPON - SÉMINAIRE B2B

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Formations
Public attendu : Professionnels internationaux

Le séminaire (en ligne ou en présentiel) est un outil de formation efficace vous permettant de toucher un public de professionnels sur l’ensemble du Japon pour leur faire découvrir votre destination ou votre

établissement.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations.

Nombre de partenaires souhaités :
2 à 4 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
- **Présentation** avec le partenaire ou directement par Atout France après un travail de préparation (éléments fournis par le partenaire).
- 2 mois avant : choix de la date et des cibles, professionnels, types d'agences ou de supports...
- 1 mois avant : envoi des présentations par les partenaires au format Powerpoint pour traduction en japonais
- 3 semaines avant : envoie de l'invitation aux professionnels ciblés
- 2 semaines avant : envoi du lien vers le webinaire aux contacts inscrits

- Jour J :
    - Atout France au Japon réalise la présentation (avec ou sans prise de parole du partenaire, selon ses préférences)
    - Les participants peuvent poser des questions pendant le séminaire (en direct ou après transmission)

- Après le webinaire :
    - débriefing avec le partenaire
    - les professionnels reçoivent les présentations des partenaires
    - le partenaire reçoit les contacts des participants au séminaire

Indicateur de performance :
Nombre de contacts (minimum 40 professionnels)

Profil visiteur :
Minimum 40 professionnels : Agences de voyage qui travaillent pour la destination France. ?

Visiteur attendu :
Variable selon la durée et les produits

Media / Support :
Présentation powerpoint (traduction non comprise dans le prix de base)

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr
KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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

JAPON - HAUTE CONTRIBUTION : EVÈNEMENT POUR LA CLIENTÈLE FÉMININE JAPONAISE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Evénement grand public
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Luxe

Le marché japonais s'est bâti sur la clientèle féminine, qui reste majoritaire dans les flux touristiques japonais vers la France. Cet évènement organisé avec le magazine Bi Premium à la résidence de l'Ambassadeur de France, rassemble les fidèles lectrices de ce magazine dont le focus porte sur des sujets pertinents pour la destination (arrangement floral, art de la table), pour les sensibiliser à des thèmes français comme l'artisanat d'art, le vin ou encore les gastronomies régionales.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toutes destinations, hébergements de haut de gamme.

Nombre de partenaires souhaités :
De 2 à 6

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Réception accueillant environ 200 invitées, toutes membres du club des lectrices du magazine Bi Premium.
- De nombreuses marques hors tourisme (mode, table, vins, alimentation, arrangement floral...) sont associées à cet évènement et présentent leurs produits sur des stands dédiés.
- Accueil par l'ambassadrice et prise de parole par Atout France, et, si souhaité, par les partenaires présents, sur le thème retenu pour l'année.
- Tirage au sort avec des cadeaux offerts par les marques partenaires (séjour en région avec des expériences inédites etc.)
- Action complémentaire : accueil de presse Bi Premium, diffusion d'information aux lectrices

Indicateur de performance :
Nombre d'invités.

Profil visiteur :
Clientèle féminine, très hauts revenus

Visiteur attendu :
200

Media / Support :
Evènement (présentiel), magazine Bi Premium, plateformes SNS Atout France

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - ACCUEILS D'INFLUENCEURS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international

Atout France développe un réseau d’influenceurs voyages « généralistes » mais également de spécialistes sur divers thématiques, généralement dotés de communautés de followers plus réduites mais très fidèles et actives. Il est important de distinguer les influenceurs "autocentrés" sur leur propre image de ceux qui partagent leurs passions, leurs découvertes. Nous proposons une sélection évolutive d’influenceurs en fonction des sujets à couvrir, adaptés selon les besoins des partenaires. L'expérience

de l'influenceur sera également relayée sur le site internet et les SNS d'Atout France au Japon.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous profils, toutes thématiques

Nombre de partenaires souhaités :
Un territoire et plusieurs partenaires locaux pour chaque accueil

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Les accueils sont généralement organisés sur une durée d'une semaine.
- Un représentant d'Atout France accompagne pour interpréter et faciliter les échanges et la coordination sur place.
- La diffusion des contenus créés durant l'accueil sur les plateformes de l'influenceurs/ceuse est complétée par une diffusion sur les SNS d'Atout France.

Quelques exemples :

- Ayumi : influenceuse Instagram, 122 000 followers, photographie de voyage, tourisme féminin, outdoors https://www.instagram.com/ooooooayumiooooooo/
- Pepe39 : influenceur Instagram, 80 000 followers, gastronomie https://www.instagram.com/pepe39/
- Bonpon : influenceurs Instagram (couple), 829 000 followers, architecture, design, patrimoine, spiritualité https://www.instagram.com/bonpon511/

Indicateur de performance :
Nombre de pages vues, nombre d'impressions, de réactions, de partages et de clicks sur le lien des posts SNS, taux d'ouverture de l'E-newsletter, nombre d'impressions, de clicks, et le coût par click du plan achat d'espaces.

Profil visiteur :
Grand public, selon la thématique

Visiteur attendu :
Variable selon l'influenceur

Media / Support :
Communication de l'influenceur sur ses réseaux sociaux + sur ceux d'Atout France au Japon

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - SÉMINAIRE SKI B2B2C

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Evénement grand public, Rencontres B2B
Public attendu : Grand public international, Professionnels internationaux
Espaces et filières : Montagne, Activités outdoor

Le Japon reste dans le top 5 mondial pour la fréquentation des stations de ski, avec une clientèle fidèle qui rêve aussi des Alpes françaises.?
Si la pratique du ski recule chez les jeunes, ils se tournent vers le snowboard ou le freestyle. Les grandes stations japonaises diversifient leur offre, attirant ainsi une nouvelle génération de passionnés de neige.?
Les visiteurs étrangers progressent (+40 % en 2024), mais la clientèle domestique expérimentée reste un vivier précieux. C’est le moment pour les acteurs français de venir séduire ces publics et renforcer les

liens avec les agences japonaises spécialisées.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations ski

Nombre de partenaires souhaités :
De 1 à 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
- **Présentation** avec le partenaire ou directement par Atout France après un travail de préparation (éléments fournis par le partenaire).

- 2 mois avant : choix de la date et des cibles, professionnels, types d'agences ou de supports...
- 1 mois avant : envoi des présentations par les partenaires au format Powerpoint pour traduction en japonais
- 3 semaines avant : envoie de l'invitation aux professionnels ciblés
- 2 semaines avant : envoi du lien vers le webinaire aux contacts inscrits
- Jour J :
    - Atout France au Japon réalise la présentation (avec ou sans présence du partenaire, selon ses préférences)
- Après le séminaire :
    - débriefing avec le partenaire
    - les professionnels reçoivent les présentations des partenaires
    - le partenaire reçoit les contacts des participants au webinaire

Indicateur de performance :
Nombre de participants au séminaire.

Profil visiteur :
Seniors actifs skieurs de bon / excellent niveau

Visiteur attendu :
Environ 50

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

JAPON - CYCLOTOURISME : INFLUENCEUR & CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Tourisme durable , Vélotourisme, Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Slow tourisme

Pour cette opération, un influenceur de la thématique du voyage disposant d'une communauté d'environ 50 à 100 000 abonnés sera choisi pour effectuer un voyage à vélo.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toutes destinations proposant une offre cyclotourisme.

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
1. **Accueil** de l'influenceur + 1 accompagnant Atout France

2. Une
campagne en ligne
composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une newsletter et d'un plan d'achat d'espaces pour renforcer la visibilité.

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires.

Profil visiteur :
Public général, plutôt jeune, aimant le cyclotourisme et le voyage

Media / Support :
Communautés de l'influenceur et d'Atout France au Japon

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - CO-CRÉATION DE PRODUITS D'AGENCES DE VOYAGE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes, Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux, Grand public international

Afin de renforcer votre positionnement sur le marché, engagez une collaboration exclusive avec une agence de voyage au Japon pour faire créer un produit (voyage organisé) sur-mesure et le faire mettre en vente. Ce partenariat garantie la création d'une nouvelle programmation adaptée aux offres que vous souhaitez présenter au marché. Cette proposition permet de suivre la mise en place du produit jusqu'à la vente.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 2

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Choix de l'agence et définition des critères de programmation (nuitées, visites, cible de clientèle, etc.)
- Promotion dans un format correspondant à la démarche marketing de l'agence (événement BtoC présentiel ou en ligne) avec appui d'Atout France
- A la fin de la période de programmation : bilan des ventes réalisées par l'agence

Indicateur de performance :
Nombre de participants à l'événement promotionnel, puis nombre de voyageurs.

Profil visiteur :
Selon la demande des partenaires (agence généraliste, groupe seniors, jeunes, FIT, OTA)

KANEDA - Reira reira.kaneda@atout-france.fr

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

JAPON - ŒNOTOURISME : CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Espaces et filières : Campagne , Gastronomie , Œnotourisme

Une campagne en ligne mettant en avant l'œnotourisme pourra être lancée pour stimuler la découverte de l'offre française, dans un pays où la connaissance des vins français est importante dans la catégorie de clientèle aisée.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations oenotouristiques

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- **Campagne online** composée d'**une page de campagne**, de **posts SNS**, d'une **E-newsletter** et d'un **plan d'achat d'espaces**
- Animation de la campagne par un **jeu-concours**

Indicateur de performance :
Nombre de vues, nombre d'impressions, like, commentaires, partages des posts SNS / Taux d'ouverture de l'E-newsletter / Impression, Coût par clic du plan achat d'espace.

Profil visiteur :
Grand public intéressé par le vin, les voyages, clientèle à hauts revenus

Media / Support :

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - VOYAGES DE NOCES : CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie , Luxe, Œnotourisme , Shopping

Le voyage de noces est un moment particulièrement important dans la vie des Japonais et représente une excellente opportunité pour capter une clientèle de jeunes couples à la recherche de destinations

romantiques et dotés de budgets importants pour ce séjour mémorable.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations, hôtels, restaurants... ayant une offre / image romantique

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 3 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Cette campagne présentera la destination France comme une destination idéale pour le voyage de noces. La campagne sera composée d'**une page de campagne**, de **posts SNS**, de **newsletter** et d'un **plan d'achat d'espaces**.
- Un **jeu concours** sera organisé pour sélectionner un jeune couple marié il y a peu afin de leur offrir un voyage de noces en France.
- Le couple sera sélectionné selon des critères tels que le nombre de followers sur les réseaux sociaux, le style de contenu, l'apparence, et les antécédents de voyages à l'étranger.
- Le couple sera suivi par un membre de l'équipe d'Atout France afin de créer **un reportage**. Pendant leur séjour, un **shooting de photos de mariage** sera organisé. Ces contenus seront publiés à leur retour sur nos plateformes pour promouvoir les destinations partenaires.
- Pour l'organisation du shooting photo de mariage sur place, un **partenariat avec une agence de voyages japonaise spécialisée** dans le mariage est envisagé, notamment pour la prise en charge des différentes prestations : location des tenues de mariage, photographe, coiffure et maquillage, bouquet, etc.?

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires, nombre de vues des posts.

Profil visiteur :
Jeunes mariés, couples cherchant une destination pour voyage de noces / anniversaire de mariage.

Media / Support :
Communication par le jeune couple sur leurs réseaux sociaux et sur ceux d'Atout France au Japon

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - CYCLOTOURISME : ACCUEIL DE PRESSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Grand public international, Médias internationaux
Espaces et filières : Vélotourisme, Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie , Tourisme durable , Slow tourisme

Pour cette opération, un média familier à des activités outdoor ou à vélo sera envoyé en France dans le but de produire un article.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toute destination mettant en valeur le cyclotourisme

Nombre de partenaires souhaités :
Entre 1 et 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

1. **Atout France sélectionne un média**
   (un magazine d'activité Outdoor ou à vélo)?
2. **La rédaction enverra une équipe éditoriale**
   composée de 3 pax (un journaliste, un photographe et un accompagnant-interprète Atout France) ?
3. **L'équipe parcourra**

   la plus belle partie de
   l'itinéraire cyclable
   choisi par la destination-partenaire (3 nuits environ par destination)?
4. **Production d'un article**
   au retour

Indicateur de performance :
Contre-Valeur Publicitaire des publications

Profil visiteur :
Journalistes de médias spécialisés dans la thématique.

Visiteur attendu :
Une équipe éditoriale (2 pax minimum).

Media / Support :
Projet : Bicycle Club, Jitensha Biyori, Cycle Sports.

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - MONTAGNE : INFLUENCEUR & CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Montagne

Une campagne en ligne mettant en avant les activités de montagne pourra être lancée pour stimuler l'intérêt sur les destinations outdoors.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toutes destinations.

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3 partenaires

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Action en deux temps :

1. Accueil de l'influenceur et 1 accompagnant Atout France
2. Campagne online composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une newsletter et d'un plan d'achat d'espaces pour compléter l'opération.

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires.

Profil visiteur :
Public général, plutôt jeune, aimant le voyage.

Media / Support :
Communauté de l'influenceur et d'Atout France

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - VOYAGE EN TRAIN : ACCUEIL MÉDIAS

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Grand public international, Médias internationaux
Espaces et filières : Slow tourisme , Tourisme durable

Les touristes japonais individuels sont peu motorisées pendant leur voyage en France, et ils optent pour les trains comme moyen de transfert préféré. Avec l'engouement du "slow tourisme", le voyage en train donne plus de sens aux voyageurs japonais : des paysages vus par la fenêtre, des échanges avec d'autres passagers et l'expérience d'être à bord sur des voitures modernes ou traditionnelles françaises.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toutes destinations (et leurs partenaires hébergement, transferts, etc.)

Nombre de partenaires souhaités :
1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

1. **Atout France sélectionne 3 médias**
2. **Chaque rédaction enverra une équipe éditoriale** avec un total maximum de 6 pax (3 journalistes, 2 photographes et 1 accompagnant-interprète Atout France) ?
3. **L'équipe parcourra**

   la plus belle partie de
   l'itinéraire cyclable
   choisi par la destination-partenaire, et réalisera le reportage sur un séjour d'une semaine maximum
4. **Production d'un article**
   au retour

Indicateur de performance :
La Contre-Valeur Publicitaire

Profil visiteur :
Presse professionnelle, presse lifestyle et de tourisme

Visiteur attendu :
Entre 3 et 6

Media / Support :
Ryoko Yomiuri, Pen, Casa Brutus, Crea Traveller, Asahi Digital etc.

Masuda - Mayumi mayumi.masuda@atout-france.fr

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

JAPON - VOYAGE EN TRAIN : INFLUENCEUR & CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Slow tourisme , Ville

Dans le contexte de relance et d'évolution du marché, les séjours individuel (FIT) augmentent et avec eux la possibilité de découvrir le voyage en train, pour prendre le temps tout en respectant l'environnement. A souligner aussi l'existence de grands fans du ferroviaire, grands adeptes de ce moyen de transport.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Toutes destinations

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Action en deux temps :
1. **Accueil** de l'influenceur + 1 accompagnant Atout France

2. Une
campagne en ligne
composée d'une page de campagne, de posts SNS, d'une newsletter et d'un plan d'achat d'espaces pour renforcer la visibilité.

Indicateur de performance :
Nombre d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires

Profil visiteur :
Public général, aimant les voyages en train

Media / Support :
Date limite d'inscription : Mars 2026
Communauté de l'influenceur et d'Atout France

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

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

JAPON - TOURISME DURABLE : CAMPAGNE EN LIGNE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Slow tourisme , Tourisme durable

La prise de conscience progressive des Japonais de l'importance de l'écologie et du tourisme durable doit s'accompagner d'une communication concrète et inspirante. Une campagne en ligne permettra de présenter des sites touristiques, des activités, des hébergements et des boutiques qui proposent une expérience durable.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tout partenaire ayant une offre durable

Nombre de partenaires souhaités :
De 1 à 3

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Cette campagne en ligne sera composée d'**une page de campagne**, de **posts SNS**, de **newsletter** et d'un **plan d'achat d'espaces**.
- Agriculture, production vinicole, marchés, restauration, activités culturelles, transports... les thématiques permettant de présenter la France à l'heure du durable sont nombreuses !

Indicateur de performance :
Nombre de pages vues, d'impressions, nombre de like, nombre de commentaires des posts réseaux sociaux.

Profil visiteur :
Hommes, Femmes, jeunes (millenials), public conscient de la problématique du durable.

Media / Support :
Contenu posté sur les plateformes d'Atout France

Communauté d'Atout France au Japon (août 2024)

Site France.fr : 50 000 visiteurs/mois	X (Twitter) : 105 000 abonnés
Facebook : 50 000 abonnés	Line : 5 000 abonnés

SAKO - Natsumi natsumi.sako@atout-france.fr

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

JAPON - DÉMARCHAGE POST-WORKSHOP CORÉE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Japon
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Professionnels internationaux

Cette action est proposée la semaine avant ou après le workshop en Corée ou tout autre actions dans la région Extrême Orient. Cette prolongation au Japon vous permet d'optimiser votre déplacement dans la région et d'élargir les contacts sur le marché japonais. Le groupe de démarchage est composé de 3 partenaires par groupe, en privilégiant au maximum des groupements de partenaires ayant le même type de cibles.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Tous types de produits de tourisme de loisirs et toutes destinations.

Nombre de partenaires souhaités :
Minimum 3 / Maximum 6

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Rencontres professionnelles (rendez-vous démarchage préprogrammés) sur 2 jours (8 RDV)?,
- Séminaire de présentation des participants (10-15min par partenaire) pour les professionnels.

Le forfait de base comprend : Prise des RDV démarchage, transfert pendant le démarchage, l'interprète-accompagnateur pendant le démarchage?.
Non compris : Les transports aériens, repas et transports aéroport.

Profil visiteur :
TO et AGV qui commercialisent la France?.

Visiteur attendu :
48 : 4 RDV/jour de démarchage + 40 pros pour le séminaire

KAMITANI-DANDAULT - Akiko akiko.kamitani@atout-france.fr

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