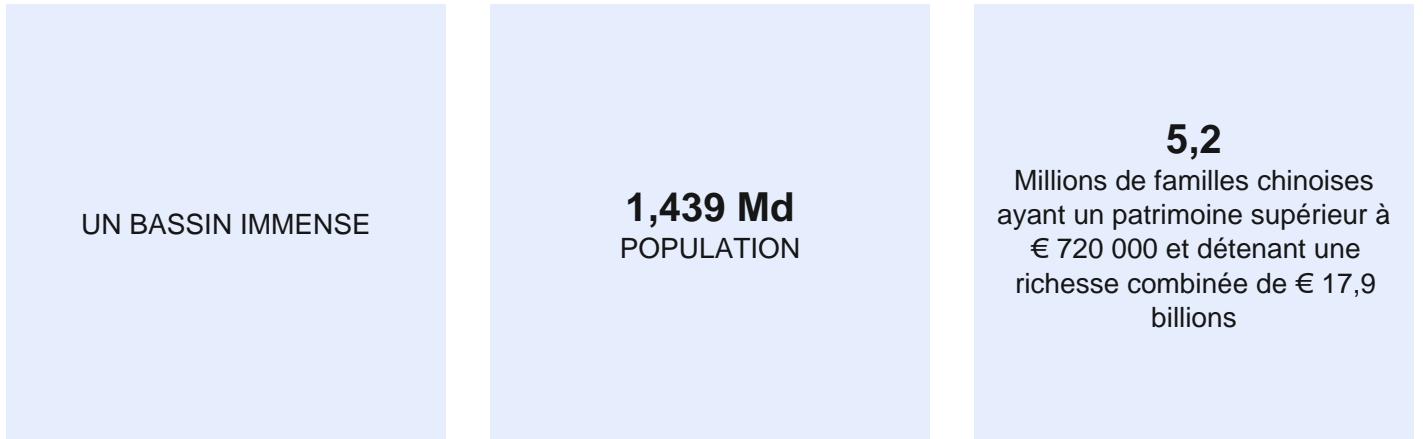




## Plan d'actions Chine continentale, Hong Kong & Taiwan

Chine continentale, Hong Kong & Taiwan

### Chiffres clés



## En savoir plus sur les clientèles de 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](#)

### Prestations proposées sur ce marché

#### Les évènements programmés

- [\*\*Salon ITB China 2026\*\*](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [\*\*ASEAN : ILTM Asie-Pacifique 2026\*\*](#) : Salons / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [\*\*Hong Kong, Singapour et Taïwan - E-workshop B2B « France JEWELS »\*\*](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [\*\*Chine Taiwan Hong Kong INFINIMENT FRANCE 2026\*\*](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [\*\*Chine continentale - Passeport digital\*\*](#) : Campagnes / Grand public international

## **Marchés d'intervention : Chine**

## Type de rendez-vous :

## **Public attendu : Professionnels internationaux**

## OBJECTIFS

- Rencontrer et construire son réseau B2B avec les Tours opérateurs et agents de voyages
  - Promouvoir la diversité de l'offre française auprès des agences de voyage et favoriser la programmation
  - Renouer avec un large panel d'opérateurs (agences classiques, tour operators, OTA) sur un mix clientèle Loisirs-Affaires

## PARTENAIRES

#### **Profil des partenaires ciblés :**

Toutes les destinations et partenaires privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

3 partenaires minimum

# CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

mars 2026

## FORMAT

## **Liste des sessions :**

SALON ITB CHINA 2026

Date de début : 26 mai 2026  
Date de fin : 27 mai 2026  
Date limite d'inscription : 10 mars 2026

Lieu :

Shanghai

## **Profil visiteur :**

## Tour opérateurs et agences de voyage

Liang - Safina safina.liang@atout-france.fr

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

**Marchés d'intervention :** Australie, Chine, Corée du Sud, Inde, Indonésie, Japon, Malaisie

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

## OBJECTIF

- Renforcer votre présence dans la distribution haut de gamme

## PARTENAIRES

**Nombre de partenaires souhaités :**

4 partenaires requis

## FORMAT

**Liste des sessions :**

ASEAN : ILTM Asie-Pacifique 2026

Date de début	: 29 juin 2026
Date de fin	: 02 juillet 2026
Date limite d'inscription	: 20 octobre 2025

**Lieu :**

Marina Bay Sands à Singapour

**Format de l'opération :**

Salon

**Indicateur de performance :**

Qualité de RDV

**Visiteur attendu :**

Le nombre maximum de rendez-vous qu'une entreprise peut avoir est de 54 hors horaires de déjeuner

**Watanabe - Michiko** michiko.watanabe@atout-france.fr

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

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

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Chine, Hong-Kong, Taïwan, Singapour

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

## OBJECTIFS

- Etendre votre prospection sur 3 marchés : Hong Kong, Taïwan et Singapour
- Présenter les nouveautés
- Inciter au développement de nouveaux produits et itinéraires

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, Hôteliers, DMC spécialisées dans le tourisme de nature

**Nombre de partenaires souhaités :**

Minimum 6 partenaires requis

**Visibilité partenaire :**

- Une présentation de 15-20 minutes - 8 créneaux de RDVs disponibles/partenaire.

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

20 février 2026

**Précisions tarifaires :**

Coûts : Tarif unique de 1400 EUR HT par adhérent

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*E-WORKSHOP B2B « France JEWELS » - Hong Kong, Singapour et Taïwan*

Date de début	: 16 juin 2026
Date de fin	: 17 juin 2026
Date limite d'inscription	: 20 février 2026

**Lieu :**

En ligne "Vimeet"

**Format de l'opération :**

Webinaire et workshop en ligne

**Indicateur de performance :**

Nombre et qualité des contacts

**Edition précédente :**

3 marchés  
56 participants en 2025

**Profil visiteur :**

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

**Visiteur attendu :**

Environ 60 pax

**Watanabe - Michiko** michiko.watanabe@atout-france.fr

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

# CHINE TAIWAN HONG KONG INFINIMENT FRANCE 2026

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Chine, Hong-Kong

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

Atout France vous propose de renforcer vos liens avec les acteurs de la distribution et médias de Chine Continentale, Taiwan et Hong-Kong. Une semaine pour faire le plein de contacts ! Un format tout inclus alliant rendez-vous commerciaux et moments de présentation et de networking visant à mettre en valeur l'excellence de l'offre française.

## OBJECTIFS

- Rencontrer et construire son réseau B2B avec les opérateurs de voyages
- Promouvoir la diversité de l'offre française auprès des agences de voyage et favoriser la programmation
- S'informer sur les nouvelles tendances du marché et les attentes produits des agences

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Hôtels - destinations - DMC - grands magasins et autres centres de shopping -

### Nombre de partenaires souhaités :

minimum 30

### Visibilité partenaire :

Une table et un chevalet de présentation par partenaire dans la salle de workshop ; Communiqué de Presse et médias sociaux Présence dans le catalogue du workshop

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Juillet 2026

### Précisions tarifaires :

? 1 table de négociation pendant 2 journées de workshop ?  
3 nuitées pour 1 personne (Check-in le 16 novembre  
Check-out le 19 novembre) ? Les déjeuners, dîners et  
soirées compris dans le programme ? Les transferts  
organisés par Atout France ? La réalisation des supports  
de promotion ? La connexion Wifi sur le stand

## FORMAT

### Liste des sessions :

#### INFINIMENT FRANCE

Date de début	:	15 novembre 2026
Date de fin	:	19 novembre 2026
Date limite d'inscription	:	01 septembre 2026

### Lieu :

A confirmer - Ville de premier plan en Chine continentale

### Format de l'opération :

1 jour et demi de " speed meeting " avec les acheteurs chinois, assorti de 2 temps de networking et présentation.  
Rendez vous démarchages à HKG et Taiwan , =====+1  
diner de présentation à Taipei+1 diner de présentation à  
Taipei+1 diner de présentation à Taipei nfwjv kwnk 1 +1  
diner de présentation à Taipei +1 diner de présentation à  
Taipei+1 diner de présentation à Taipei+1 diner de  
présentation à Taipei

### Indicateur de performance :

nombre de participants - taux de concrétilsation à 6 mois

### Profil visiteur :

Agences de voyage haute contribution, tour-opérateurs

### Visiteur attendu :

70- 80

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

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :**

Optimiser la place de leader de la France pour la délivrance de visa aux voyageurs Chinois et la puissante de la plateforme WeChat avec 1.4 Md d'utilisateurs actifs mensuels

## OBJECTIFS

- Développer ou renforcer sa présence indispensable sur la plateforme /media le plus utilisée en Chine
- Faire connaitre ses nouveautés
- Bénéficier d'une vitrine égalée sur une plateforme très performante

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

destinations - grands magasins -activites experiences de séjour " slow tourisme" marques B2C associees a l'excellence francaise - locations de voiture

### Nombre de partenaires souhaités :

5 a 10 partenaires

### Visibilité partenaire :

Une page personnelle dans le mini-programme « Explore France » Possibilité de renouveler selon le besoin du partenaire 3 Pop-up windows (??) dans le mini-programme Créneaux choisis selon le besoin du partenaire 1 bannière déroulante à la page Une du mini-programme « Explore France » Jeux quizz Possibilité d'insérer les questions liées avec le partenaire Achat média dans l'écosystème de Wechat (Wechat Moments, Comptes Wechat, Wechat Channels, etc.) Insertion de mini-programme « Explore France » dans les flyers et les kakéonomo envoyés aux centres TLSContact Contenus sur les réseaux sociaux d'Atout France

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Fevrier 2026

## FORMAT

### Liste des sessions :

#### CHINE PASSEPORT DIGITAL 2026

Date de début	: 01 février 2026
Date de fin	: 30 novembre 2026
Date limite d'inscription	: 31 janvier 2026

### Indicateur de performance :

jusqu'à 500 000 visiteurs sur le mini programme

### Profil visiteur :

Clientèle des villes tiers 1 de Chine Continentale : FIT Gen Z et Millenium- Jeunes Seniors - Marque consommateurs avec une forte personnalité française

### Réseau social :

<https://apps.apple.com/us/app/wechat/id414478124>

Angrand - Agnes agnes.angrand@atout-france.fr

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

## Les opérations à la carte

### 2025

- **Accueil des influenceurs en collaboration avec Weibo & Campagne Réseaux Sociaux** : Campagnes / Grand public international, Médias internationaux
- **Accueil des influenceurs en collaboration avec Little Red Book & Campagne Réseaux Sociaux** : Campagnes / Grand public international, Médias internationaux
- **Campagne #Everywhere World Flight Plan X Baidu APP** : Campagnes / Grand public international, Médias internationaux
- **Package de COM'** : Campagnes / Professionnels du secteur MICE, Grand public international, Médias internationaux, Professionnels internationaux
- **Famtrip(s) en collaboration avec Atout France et Club Med prévus pour 2026** : Communication B2B / Médias internationaux, Professionnels du secteur MICE, Grand public international, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- **Explore France en vélo! En collaboration avec China Sports Zhibo.TV** : Campagnes / Grand public international
- **Explore France Vivre le raffinement et l'art du voyage en France!** : Evénement grand public / Grand public international, Médias internationaux

### 2026

- **Démarchage B2B haute contribution** : Rencontres B2B
- **Démarchage en MICE agences** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE
- **WECHAT B2B** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Hong Kong French GourMay : La Destination** : Salons / Médias internationaux, Professionnels internationaux

# ACCUEIL DES INFLUENCEURS EN COLLABORATION AVEC WEIBO & CAMPAGNE RÉSEAUX SOCIAUX

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Campagnes, Rencontres médias

**Public attendu :** Grand public international, Médias internationaux

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

**Espaces et filières :** Gastronomie , Littoral , Montagne, Outre-mer , Slow tourisme ,  
Vélotourisme, Ville, OEnotourisme

## À propos de Weibo

Weibo fonctionne de manière similaire à Twitter, est l'un des réseaux sociaux les plus influents en Chine, avec 260 millions d'utilisateurs actifs quotidiennement (DAU). Grâce à l'analyse des mégadonnées, on estime à 200 millions le nombre d'utilisateurs sensibles et intéressés par le tourisme sur Weibo, dont 51,5 % sont des femmes. En 2024, le nombre total de vues de contenus liés au tourisme sur Weibo a dépassé les 10 milliards. À l'heure actuelle, Weibo a certifié 1 100 KOL influents dans le domaine du tourisme.

En 2026, Atout France s'associera au projet #Let's go and embrace the world! sur Weibo pour lancer une campagne de promotion spéciale des expériences et voyages en France. À ce jour, ce hashtag a été lu 1,7 milliard de fois et a suscité 4 millions de discussions sur ce réseau social.

## OBJECTIF

## FORMAT

### **Format de l'opération :**

Nos partenaires sélectionneront en collaboration avec Weibo 5 à 8 KOL influents, qu'ils inviteront à voyager expérimenter en France et à produire du contenu de qualité qu'ils publieront sur leurs comptes Weibo.

### **Weibo offrira :**

Outre la visibilité dont bénéficient déjà les KOLs, la plateforme Weibo leur offrira une visibilité supplémentaire pour le contenu qu'ils publient (notamment via des emplacements publicitaires, des flux sur la page d'accueil, des ciblages précis sur des groupes de clients, etc. Possibilité d'amplifier la portée si le budget suit).

Les partenaires auront l'opportunité d'être mis en avant en tant que tels lors des grands événements annuels de Weibo dans le secteur du tourisme (Sommet Weibo du Tourisme 2026, Festival des influenceurs Weibo 2026, etc.).

### **Atout France offrira :**

1 événement médiatique cocktail organisé à l'hôtel Conrad 5 étoiles au centre de Pékin, 30 journalistes/influenceurs co-invités avec Conrad au sein de 2 suites premium à thème personnalisé aux couleurs de partenaire et qui seront offerts à la commercialisation par le Conrad Beijing pendant 2 mois.

1 dossier de presse post-action diffusé aux équipes éditoriales de 100+ médias qualifiés sur le marché chinois.

4 posts publiés sur les réseaux sociaux d'Atout France (Weibo/Wechat/Little Red Book/Douyin/Wechat Channel...Une audience combinée de plus de 1.8 millions de fans)

1 post publié sur WeChat BtoB d'Atout France (1 400 professionnels du tourisme chinois abonnés)

1 rapport post-action incluant les chiffres CVP et le clipping intégral.

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

# ACCUEIL DES INFLUENCEURS EN COLLABORATION AVEC LITTLE RED BOOK & CAMPAGNE RÉSEAUX SOCIAUX

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Campagnes, Rencontres médias

**Public attendu :** Grand public international, Médias internationaux

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

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

À propos de Little Red Book

260 millions d'utilisateurs actifs mensuels, 69 millions de créateurs , 90 % natifs des années 90, la moitié dans les villes de rang 1 &2. Social-commerce chinois incontournable pour séduire la cible FIT en quête d'expériences originales et hors des sentiers battus.

En 2026, Atout France s'associera au projet #Global Travel Experience Officers

sur Xiaohongshu pour une campagne exclusive mettant en avant les expériences et séjours en France.

## OBJECTIF

## FORMAT

### Format de l'opération :

#### Format de l'opération:

Nos partenaires sélectionneront en collaboration avec Little Red Book 5 à 8 KOL influents, qu'ils inviteront à voyager expérimenter en France et à produire du contenu de qualité qu'ils publieront sur leurs comptes aux réseaux sociaux chinois.

#### Little Red Book offrira :

Une page H5 de recrutement dédiée aux influenceurs sera publiée sur le compte officiel « Lifestyle » de Little Red Book (4,7 millions d'abonnés). Outre l'impact généré par les influenceurs invités, Little Red Book garantira une mise en avant premium des contenus créés, valorisée à 10 000 euros (possibilité d'amplifier la portée si le budget suit).

#### Atout France offrira :

1 événement médiatique cocktail organisé à l'hôtel Conrad 5 étoiles au centre de Pékin, 30 journalistes/influenceurs co-invités avec Conrad au sein de 2 suites premium à thème personnalisé aux couleurs de partenaire et qui seront offerts à la commercialisation par le Conrad Beijing pendant 2 mois.

1 dossier de presse post-action diffusé aux équipes éditoriales de 100+ médias qualifiés sur le marché chinois.

4 posts publiés sur les réseaux sociaux d'Atout France (Weibo/Wechat/Little Red Book/Douyin/Wechat Channel...Une audience combinée de plus de 1.8 millions de fans)

1 post publié sur WeChat BtoB d'Atout France (1 400 professionnels du tourisme chinois abonnés)

1 rapport post-action incluant les chiffres CVP et le clipping intégral.

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

# CAMPAGNE #EVERYWHERE WORLD FLIGHT PLAN X BAIDU APP

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Campagnes, Rencontres médias

**Public attendu :** Grand public international, Médias internationaux

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

**Espaces et filières :** Gastronomie , Grands évènements , Littoral , Montagne, Outre-mer ,  
Slow tourisme , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

## À propos de Baidu

724 M d'utilisateurs actifs mensuels, 2<sup>e</sup> appli la plus utilisée en Chine derrière WeChat. Leader de la recherche avec 58 % de parts de marché mobile. Dans une certaine mesure, Baidu Search a réussi à remplacer Google Search sur le marché chinois, ce qui constitue l'un des principaux avantages de Baidu par rapport aux autres plateformes médiatiques chinoises telles que Weibo, Hong, WeChat, etc.

Un foyer important d'influenceurs compte actuellement 280 000 KOL ayant plus de 10 000 abonnés.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Format de l'opération :**

**Baidu APP offre :**

En amont des périodes de forte affluence touristique chinoise en France (le nouvel an chinois/1 mai/vacances d'été /golden week début octobre...), **Accueil de 5 influenceurs en France** pour expérimenter et créer du contenu, puis publieront leur contenu sur leurs comptes personnels dans Baidu APP et aux réseaux sociaux chinois.

À l'occasion des périodes de forte affluence touristique chinoise en France, Baidu APP lancera un **concours de création de contenu UGC** en ligne sur une thématique faite sur mesure. Elle encouragera les utilisateurs à partager leurs expériences, leurs impressions, leurs photos et leurs vidéos de voyage en France, afin de stimuler leur enthousiasme et leur inspiration créative, et d'attirer l'attention d'un plus grand nombre de touristes potentiels.

Afin de garantir une diffusion plus large de ces contenus de qualité, Baidu APP offrira en plus **une aide à la promotion de la plateforme d'une valeur de 100 000€**

**L'option Plus : Baidu APP AI Agent** sur mesure

**Atout France offrira :**

1 communiqué de presse élaboré et diffusé au nom d'Atout France aux équipes éditoriales de 100+ médias qualifiés sur le marché chinois.

4 posts publiés sur les réseaux sociaux d'Atout France (Weibo/Wechat/Little Red Book/Douyin/Wechat Channel...Une audience combinée de plus de 1.8 millions de fans)

1 post publié sur WeChat BtoB d'Atout France (1 400 professionnels du tourisme chinois abonné(s)

1 Emplacement publicitaire bien visible sur la façade extérieure du Centre culturel français de Pékin pendant 1 mois (1 m x 2 m, documents de conception fournis par le partenaire). Fréquentation annuelle moyenne de 24 000 personnes (La disponibilité reste à confirmer)

1 rapport post-action incluant les chiffres CVP et le clipping intégral.

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Campagnes, Communication B2B

**Public attendu :** Professionnels du secteur MICE, Grand public international, Médias internationaux, Professionnels internationaux

Pour communiquer vos nouveautés en 2026 sur le marché chinois

Atout France vous propose la configuration essentielle pour communiquer avec les professionnels et le grand public !





## OBJECTIF

## FORMAT

Format de l'opération :

### Action Presse

1 communiqué de presse exclusif rédigé en chinois et diffusé à plus de 100 médias chinois les plus importants spécialisés dans la promotion touristique ;

### Communication 2B

1 article exclusif publié sur le Wechat Pro B2B d'Atout France en Chine (1400 professionnels chinois du tourisme abonnés)

### Communication 2C

Sur les comptes officiels d'Atout France aux plateformes réseaux sociaux chinois : (Followers en totalité : 1.8 millions followers)

1 article sur Wechat 2C

1 article sur Weibo

1 article sur RED

1 vidéo publié sur Douyin / Wechat Channel / Bilibili

1 rapport de bilan post-action incluant les chiffres CVP et le clipping intégral.

### Option PLUS

**Emplacement publicitaire OOH** sur la façade extérieure du Centre culturel français de Pékin pendant 30 jours (140 cm de large et 230 cm de hauteur, situé au centre de Pékin, Circulation des 240 000 personnes par an, pour une diffusion publicitaire ciblée et efficace) à 650euros **La disponibilité reste à confirmer.**

Autres options sur mesure selon les besoins des partenaires sont aussi envisageables:

**Traduction en chinois** vos supports de communication;

**Organiser évènement médiatique/accueil de presse&influenceurs** en France/ Livestreaming & Campagne Digital, en collaboration avec les partenaires chinois spécialisés et valorisants...

À la fin de l'année, nous inscrirons nos partenaires aux **prestigieux prix chinois de l'industrie du voyage**. Atout France priorisera et présentera ses partenaires parmi les opportunités de visibilité médiatique et de partenariats qu'elle pourra rencontrer en 2026. Il peut s'agir de projets de tournage de célébrités chinoises en France, de partenariats pour des programmes télévisés, de tables rondes et de salons professionnels organisés par des médias chinois. Invité par des émissions de

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

# FAMTRIP(S) EN COLLABORATION AVEC ATOUT FRANCE ET CLUB MED PRÉVUS POUR 2026

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Communication B2B, Rencontres B2B, Rencontres médias

Médias internationaux, Professionnels du secteur MICE, Grand public

**Public attendu :** international, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Littoral , Montagne, Slow tourisme

Co-réaliser un fam trip (composé de 10 agents de voyage et 10 journalistes/influenceurs chinois) en collaboration avec Atout France et Club Med.

Opération ToB, cibler les professionnels et les médias chinois du tourisme qualifiés.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Format de l'opération :**

**Co-réaliser un fam trip** (composé de 10 agents de voyage et 10 journalistes/influenceurs chinois) en collaboration avec Atout France et Club Med ;

**2 thématiques sont à votre choix :**

1 fam trip prévu à l'occasion du lancement de la croisière Club Med 2 **au début du mois de juin 2026** à Marseille  
L'autre fam trip axé sur le ski et les vacances d'hiver en France **au début du mois de décembre 2026** dans les Alpes françaises.

La liste des invités des 10 AV TO et des 10 médias/influenceurs co-sélectionnés par trois parties (partenaire, Atout France et Club Med) sera établie.

Le partenaire coordonnera un programme d'accueil avec Club Med pour faire découvrir aux professionnels chinois sa destination/produit/service.

Le partenaire sera invité à présenter sa destination/produit/service lors de l'événement PR organisé chez Club Med en France.

Outre les retombées générées par les 10 journalistes/influenceurs invités,

**Atout France mènera une action complémentaire sur le marché chinois :**

1 communiqué de presse au sujet de la collaboration sera rédigé et diffusé au nom d'Atout France à plus de 100 médias parmi les plus importants et prestigieux pour la promotion touristique en Chine

4 posts publiés sur les réseaux sociaux d'Atout France (Weibo/Wechat/Little Red Book/Douyin/Wechat Channel...Une audience combinée de plus de 1.8 millions de fans)

1 post publié sur WeChat BtoB d'Atout France (1 400 professionnels du tourisme chinois abonnés)

1 rapport post-action incluant les chiffres CVP et le clipping intégral.

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

# EXPLORE FRANCE EN VÉLO! EN COLLABORATION AVEC CHINA SPORTS ZHIBO.TV

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Campagnes, Evénement grand public

**Public attendu :** Grand public international

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

Le Tour de France 2024 a eu au total 17.12 millions PV et 1.452million like & commentaires sur China Sports Zhibo.TV, le diffuseur exclusif du Tour de France sur les nouveaux médias en Chine continentale. Atout France est invitée à présenter des inspirations de voyage en France pendant les retransmissions en direct des courses concernées du Tour de France. C'est une excellente occasion de parler non seulement auprès des cyclistes chinois, mais aussi au grand public intéressé par la France.

## OBJECTIF

## FORMAT

### Format de l'opération :

1 événement médiatique cocktail en amont en collaboration avec China Sports Zhibo.TV à l'Institut Français à Pékin, 20 journalistes/influenceurs co-invités. Présenté par Atout France pendant les retransmissions en direct des courses concernées du Tour de France sur China Sports Zhibo.TV.

1 dossier de presse post-action diffusé aux équipes éditoriales de 100+ médias qualifiés sur le marché chinois.

4 posts publiés sur les réseaux sociaux d'Atout France (Weibo/Wechat/Little Red Book/Douyin/Wechat Channel...Une audience combinée de plus de 1.8 millions de fans)

1 post publié sur WeChat BtoB d'Atout France (1 400 professionnels du tourisme chinois abonnés)

1 rapport post-action incluant les chiffres CVP et le clipping intégral.

### Options additionnelles:

Voyage de presse/influenceur du thème cyclotouriste (En fonction de votre stratégie, Atout France vous soumettra une liste de candidats. Par exemple l'édition chinoise de « National Geographic Traveler » et les influenceurs cyclistes / activités en plein-air ... )

Volets B2B, démarchages, évènement AVTO

# EXPLORE FRANCE VIVRE LE RAFFINEMENT ET L'ART DU VOYAGE EN FRANCE!

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Evénement grand public, Rencontres médias

**Public attendu :** Grand public international, Médias internationaux

**Espaces et filières :** Luxe, Slow tourisme

Promouvoir des voyages haut de gamme en France en collaboration avec les clubs HNWI les plus prestigieux de Chine.

## OBJECTIF

## FORMAT

**Format de l'opération :**

**1 événement exclusif en collaboration avec**

**Changan-Club** (Le club HNWI fondé en 1996, le plus prestigieux et le plus ancien de Chine, dont le siège se trouve dans la rue Chang'an à quelques pas de la place Tian'anmen à Pékin, compte actuellement 3 000 à 4 000 membres. Conditions d'adhésion : avoirs supérieurs à 100 millions de RMB, équivalant à environ 12 millions d'euros. La première adhésion nécessite un droit d'entrée de 400 000 à 1 800 000 RMB selon le niveau d'adhésion. Par la suite, une cotisation annuelle de 20 000 RMB est exigée...)

A l'aide d'Atout France, le(s) partenaire sélectionne les meilleurs candidats influenceurs selon leurs besoins puis les inviter à expérimenter leur produit/service/destination...

**Atout France offrira également:**

1 dossier de presse post-action diffusé aux équipes éditoriales de 100+ médias qualifiés sur le marché chinois.

4 posts publiés sur les réseaux sociaux d'Atout France (Weibo/Wechat/Little Red Book/Douyin/Wechat Channel...Une audience combinée de plus de 1.8 millions de fans)

1 post publié sur WeChat BtoB d'Atout France (1 400 professionnels du tourisme chinois abonnés)

1 rapport post-action incluant les chiffres CVP et le clipping intégral.

**Options additionnelles:**

Volets B2B, démarchages, évènement AV TO

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B

Les voyageurs chinois sont de plus en plus demandeurs d'expériences particulières et de confort lors de leurs déplacements. Les agents de voyage veulent de bons produits avec des niveaux d'expérience et de confort plus élevés. Vous et Atout France se déplacent physiquement dans les agences sélectionnées et présente votre offre en direct aux Agences de voyages.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et Privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

1

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Vous et Atout France se déplacent physiquement dans les agences sélectionnées et présente votre offre en direct aux Agences de voyages.

**Profil visiteur :**

Agences de haute contribution

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

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B

**Public attendu :** Professionnels du secteur MICE

Le marché chinois a grandement besoin des ressources françaises en matière de MICE, telles que les hotels, les lieux des événements, les DMCs d'événements, etc.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et Privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

1

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Vous et Atout France se déplacent physiquement dans les MICE agences sélectionnées et présente votre offre en direct aux MICE Agents

**Profil visiteur :**

les MICE agences

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

**Marchés d'intervention :** Chine

**Type de rendez-vous :** Communication B2B

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Nous avons environ 1450 agents de voyage enregistrés dans WECHAT B2B, avec une forte demande pour de nouveaux produits, itinéraires, etc.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et Privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

1

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Articles en chinois et vidéos courtes préparés par les partenaires sur le compte wechat BtoB de Atout France en Chine une fois par mois

**Profil visiteur :**

BtoB agents de voyages et Tours opérateurs loisirs

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

**Marchés d'intervention :** Hong-Kong

**Type de rendez-vous :** Salons

**Public attendu :** Médias internationaux, Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Gastronomie

French May Arts Festival est le plus important festival d'Asie mettant en scène l'art et la culture française avec plus d'un million de visiteurs chaque année. La France est mise à l'honneur pendant tout le mois de mai.

French GourMay Food & Wine Festival est le festival de la gastronomie française à Hong Kong et Macao. Crée en 2009 par le bureau Business France de Hong Kong, il s'agit de l'extension gastronomique du French May.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnel (régions), privé (en relation avec l'œnologie ou la gastronomie)

**Nombre de partenaires souhaités :**

1 ou plusieurs partenaires

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Organisation d'un stand sur les marchés du French GourMay pour faire la promotion de la destination. Préparation d'un communiqué de presse et organisation d'un repas avec les TO.

**Albert Truong** [albert.truong@atout-france.fr](mailto:albert.truong@atout-france.fr)

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

