

Marianne symbole République Française

Logo Atout France

Accueil des influenceurs en collaboration avec Little Red Book & Campagne Réseaux Sociaux

Accueil des influenceurs en collaboration avec Little Red Book & Campagne Réseaux Sociaux

Chine continentale, Hong Kong & Taiwan

Activités outdoor

Bien être

Campagne

Culture & patrimoine

Gastronomie

Littoral

Montagne

Outre-mer

Shopping

Slow tourisme

Vélotourisme

Ville

Œnotourisme

Type de rendez-vous : Campagnes, Rencontres médias

Marchés d'intervention : Chine

Cibles : Grand public international, Médias internationaux

Tarif sur devis

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.

Pourquoi participer

- Accroître la visibilité dans les médias et sur les réseaux sociaux en Chine

Format

Début

21/07/2025

Fin

31/12/2026

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.

Conditions

Coût approximatifs : 12 000€ HT possibilité de transformer ce projet en une opération multipartenaires pour partager le coût