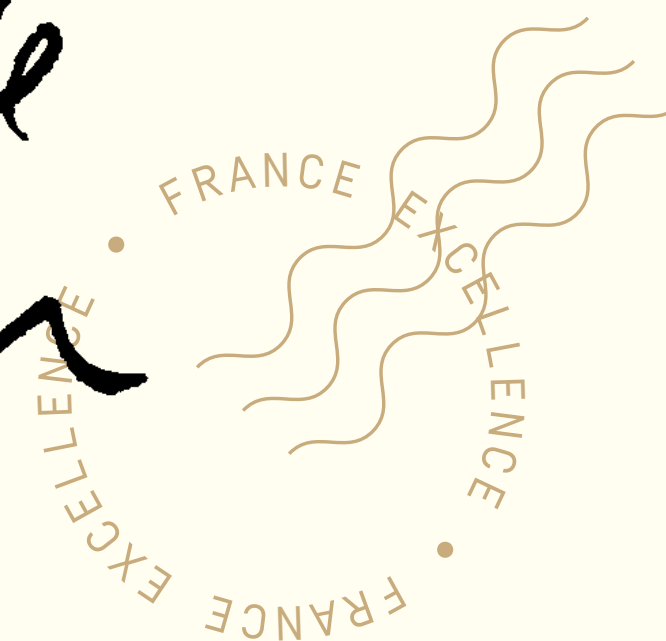


FRANCE
EXCELLENCE

2022

AMÉRICA
LATINA

Le goût de
la création



Rapport d'opération

São Paulo – Mexico

19 - 21 septembre 2022

**A TOUT
FRANCE**
Agence de développement
touristique de la France

Explore France™ 



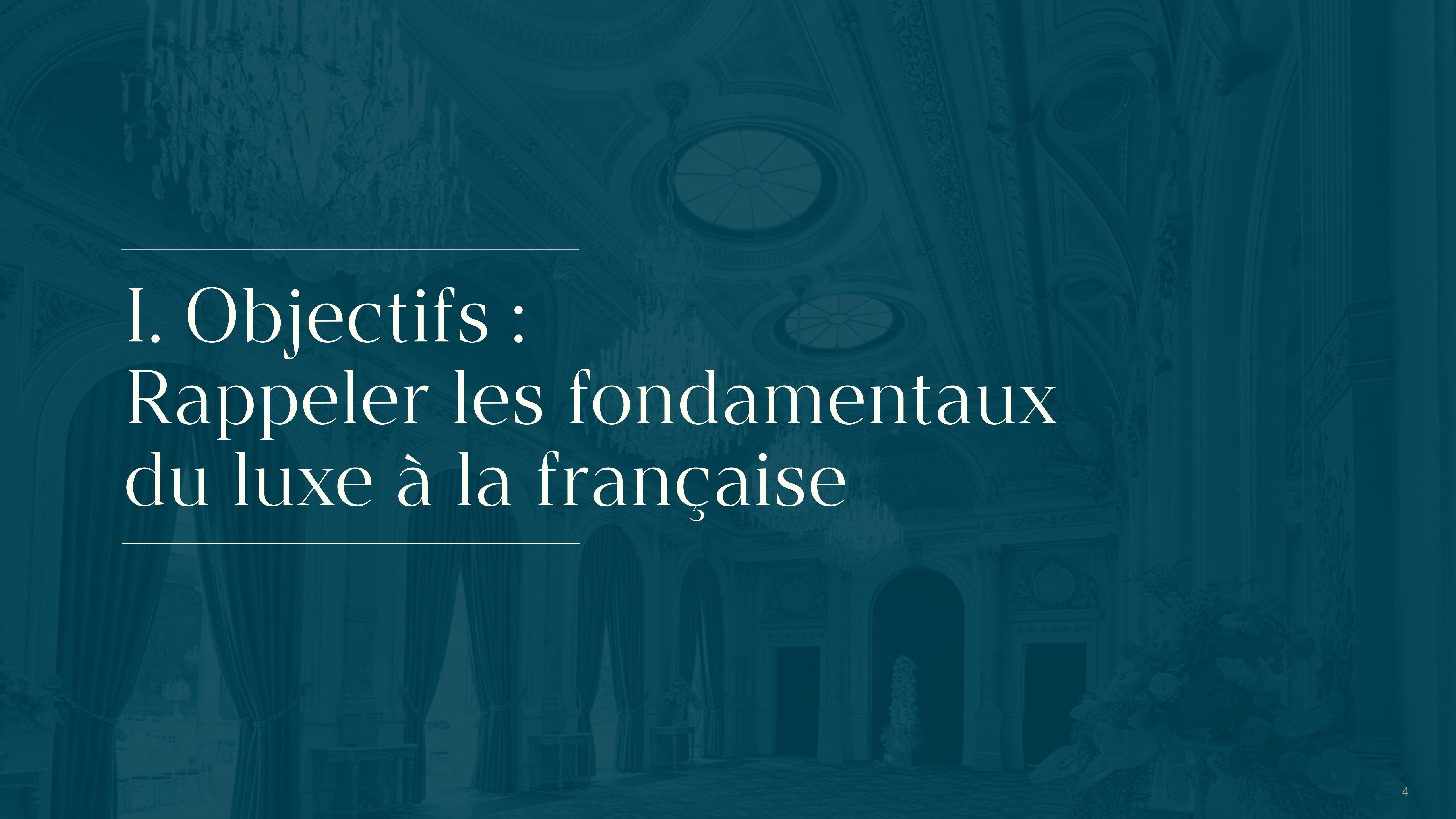


À l'heure de la reprise latino-américaine, Atout France souligne l'importance du repositionnement de la France et de son offre touristique d'excellence avec des partenaires stratégiques brésiliens, latino-américains et français.

Sommaire

- I. Objectifs de l'événement
- II. Conférence
- III. Rencontres professionnelles
- IV. Retombées médias & influence
- V. Merci à nos partenaires



The background of the slide is a dark blue, semi-transparent image of a grand, ornate interior space, likely a chateau or palace. It features high ceilings with intricate moldings, large arched windows with heavy curtains, and classical columns. The lighting is soft, highlighting the architectural details.

I. Objectifs :

Rappeler les fondamentaux du luxe à la française

Face à une concurrence croissante sur les voyages de luxe

France Excellence a été créé pour :

1. Consolider la position de la France
2. Décoder le luxe à la française: Ses valeurs, son histoire et son futur
3. Présenter l'offre touristique française renouvelée et méconnue



Indicateurs de performance



1.

Retombées de presse

2.

Viralité sur les réseaux sociaux

3.

Personnes atteintes lors des différents volets de l'opération

4.

Entreprises françaises partenaires

5.

Professionnels brésiliens et latino-américains contactés et inscrits

6.

Rendez-vous d'affaires générés

7.

Business leads

Concept 2022

Un éclairage sur les valeurs inhérentes au luxe français: qualité, émotion, exclusivité, durabilité, histoire.

Montrer la capacité
des maisons françaises du luxe
de se renouveler, se réinventer,
se remettre en question
et re-créeer.

D'une idée, d'un goût, jaillit une pensée,
puis une attitude, une action et la création.

Les créateurs du luxe sont innombrables :
que ce soit dans la mode, la beauté,
la gastronomie, la culture, l'art et le
voyage.

Ces mondes divers se côtoient
et sont animés par des **créateurs**.



Répartition des activités

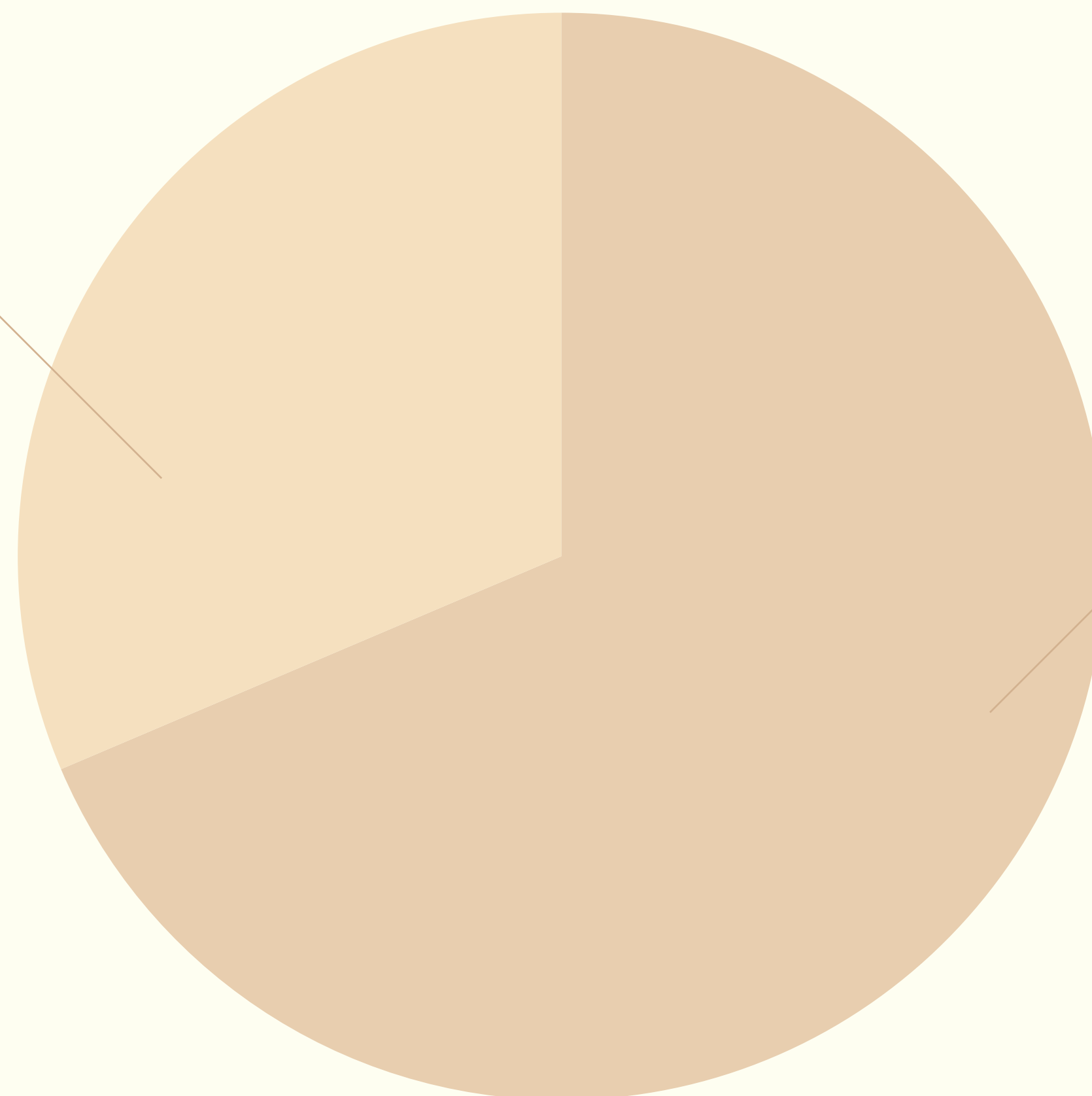
Sur le total des participants inscrits

340

Workshops

743

Conférences





II. Jour 1

La conférence



1200 personnes

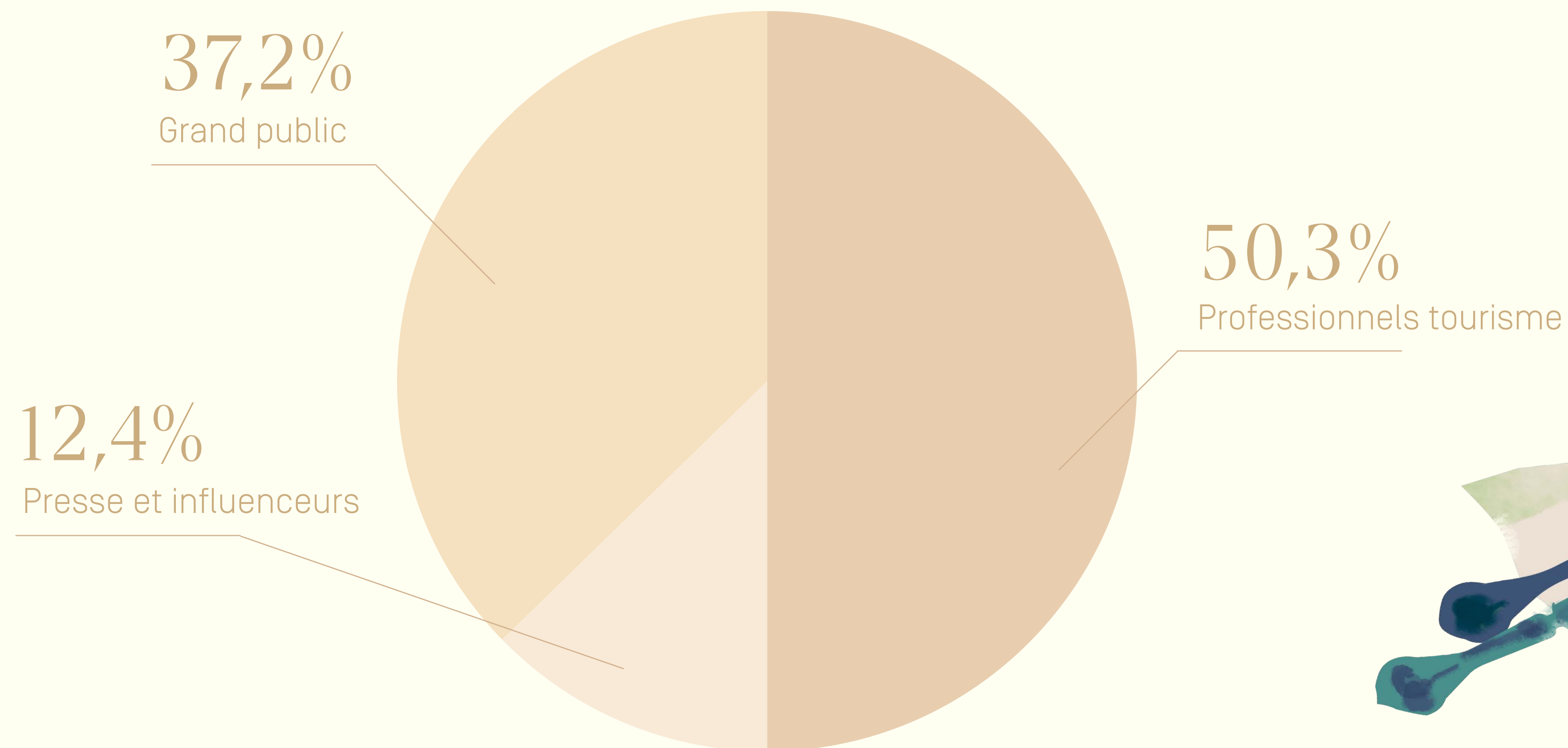
ont assisté aux conférences
& débats



Un auditoire engagé par les débats et sujets

Profil des participants

On-line tous pays





Retour sur la programmation

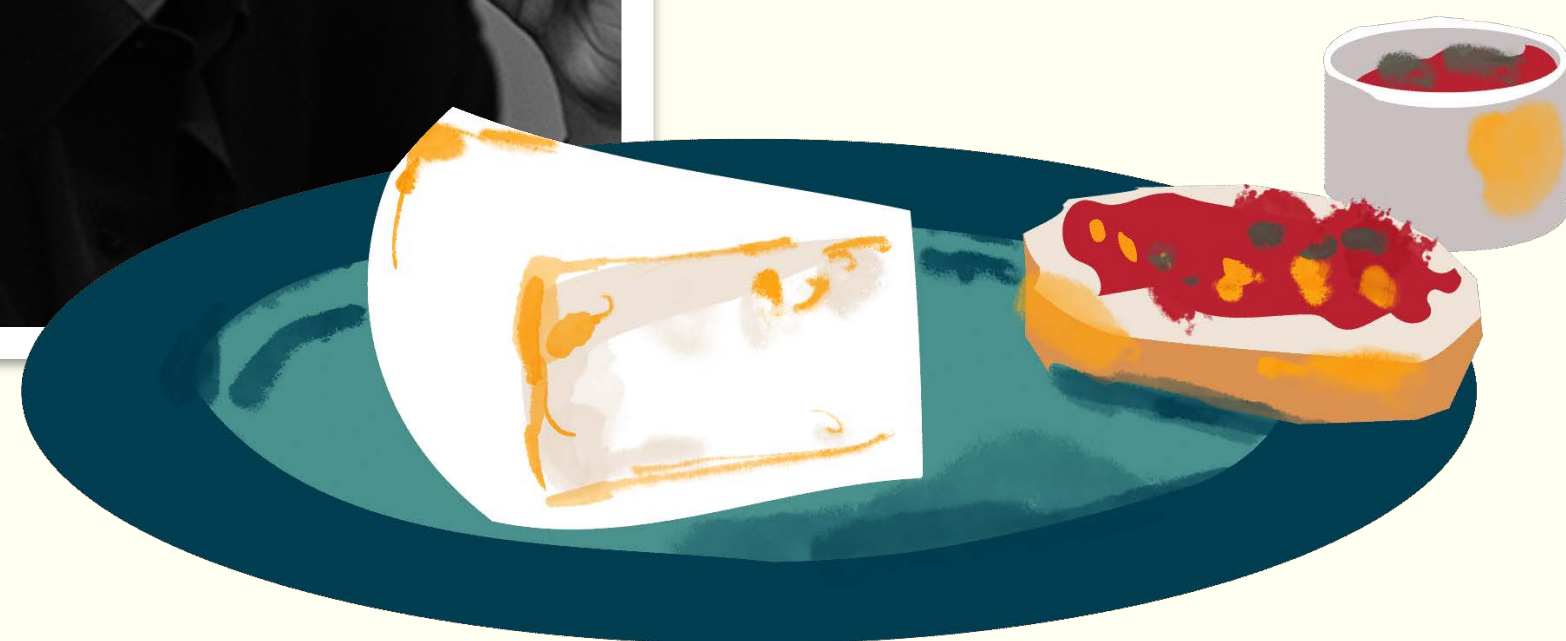
Ouverture par Monsieur Yves Teyssier d'Orfeuil
Consul Général de France à São Paulo



Conférence



Le goût français et la culture du repas gastronomique



Le repas gastronomique
des Français au patrimoine
mondial de l'Unesco :
terroir, art culinaire, mets
& vins, arts de la table.

Par Loïc Bienassis
Historien - Institut européen d'histoire
et des cultures de l'alimentation

Conférence

En duplex Tours - São Paulo



1^e table ronde



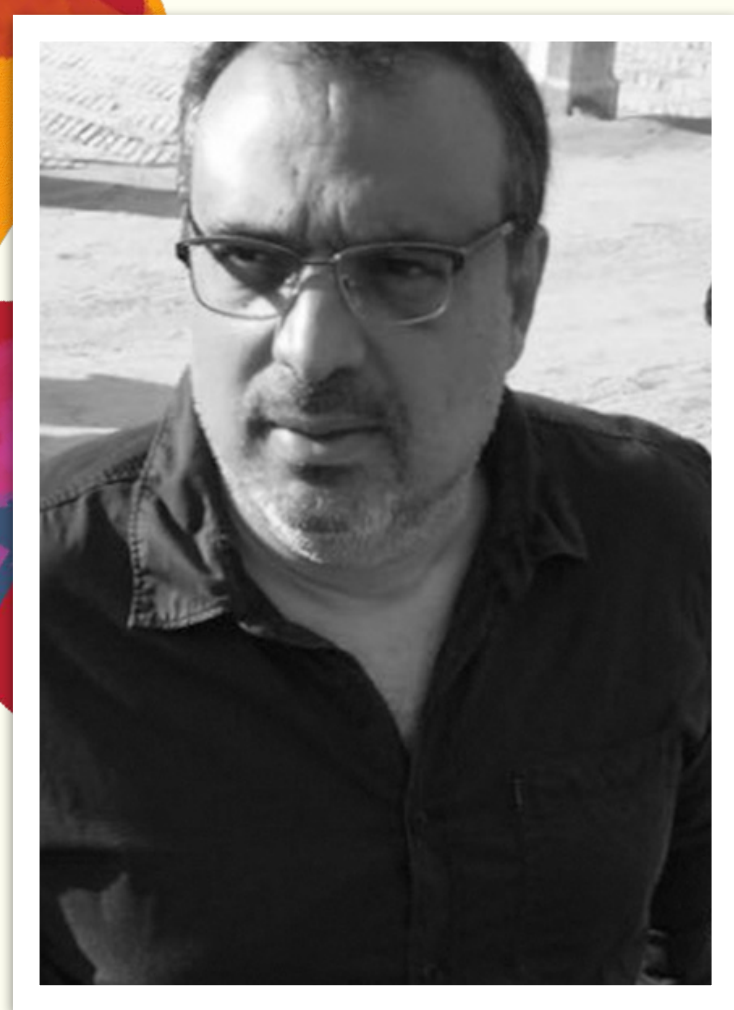
Chef Laurent Suaudeau
École L. Suaudeau



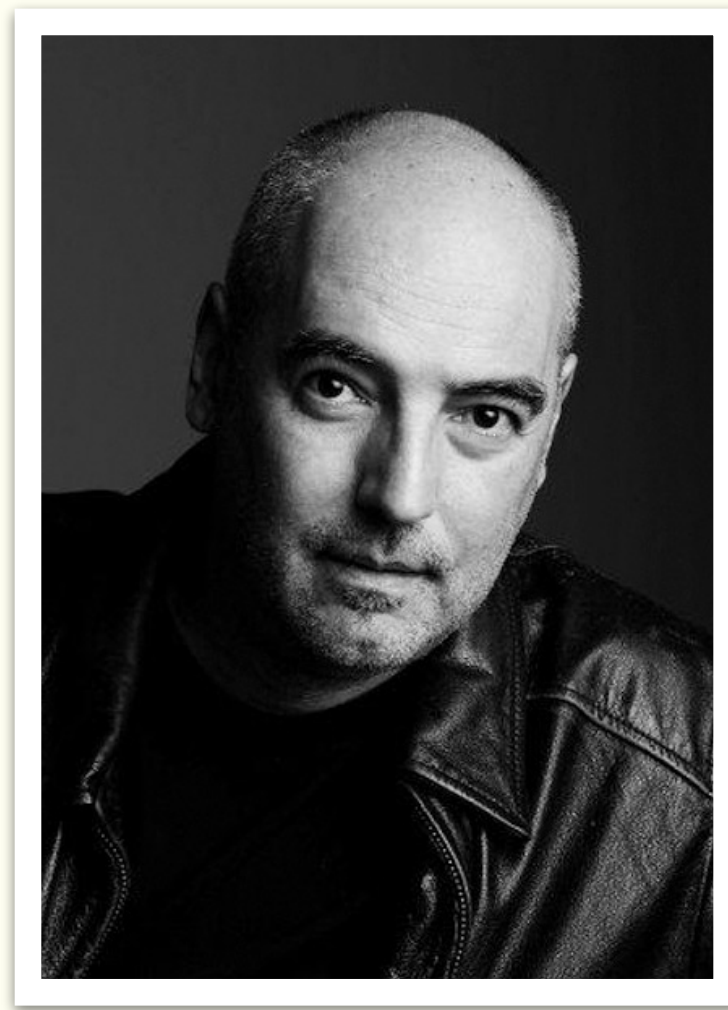
Chef Jérôme Lacressionnière
Directeur Ducasse Conseil

Les métiers, la formation

Comment développer une conscience du goût? Quel goût a la cuisine française d'aujourd'hui? Comment développer "le goût", l'envie de créer auprès des nouvelles générations et comment transmettre?



Laurent Guez
Les Échos, Le Parisien



Josimar Melo
Sabor & Arte

Le goût de la création ou la création du goût?

1^e table ronde

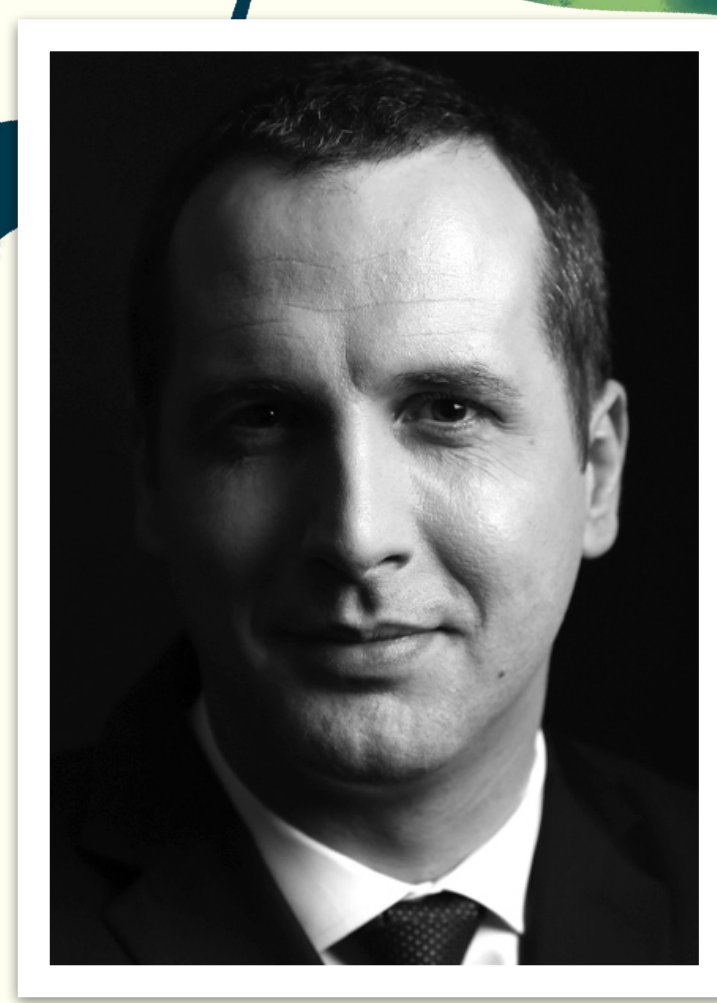
En duplex Paris - São Paulo



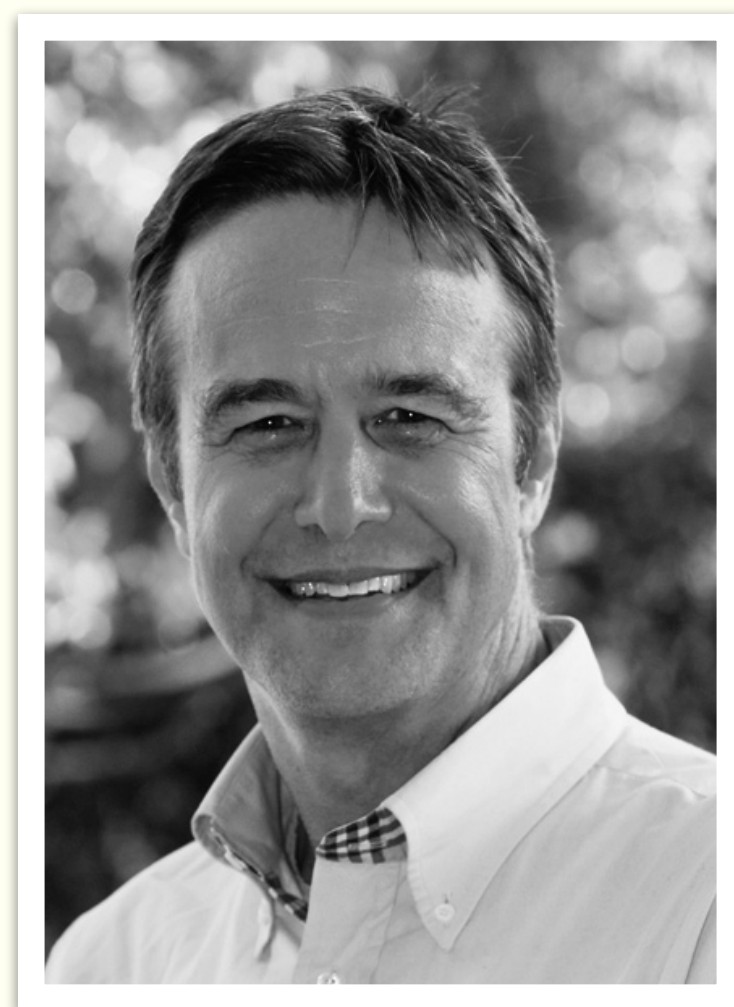
2^e table ronde



Hélène Valade
Groupe LVMH



Fabien Coubard
Le Meurice



Richard Bailey
The Brando



Carlos Ferreirinha
MCF Consultoria (Modérateur)

Création et développement durable

Des expériences et des produits durables

Les défis de la création aujourd'hui
dans le secteur du luxe face
aux nécessités du développement
durable. Quelles problématiques?
Quelles solutions?

2^e table ronde

En triplex Paris - Papeete -
São Paulo





Entrevue

Bénédicte Épinay, Comité Colbert

Les défis de la création dans le secteur du luxe

Rappels des pratiques, évolutions et tendances







Cocktail VIP São Paulo



Événement Mexico





III. Jours 2, 3 & 4

Rencontres professionnelles



78

Acheteurs
brésiliens

937

Rendez-vous on-line
avec 139 entreprises

35

Acheteurs
latino-américains

26

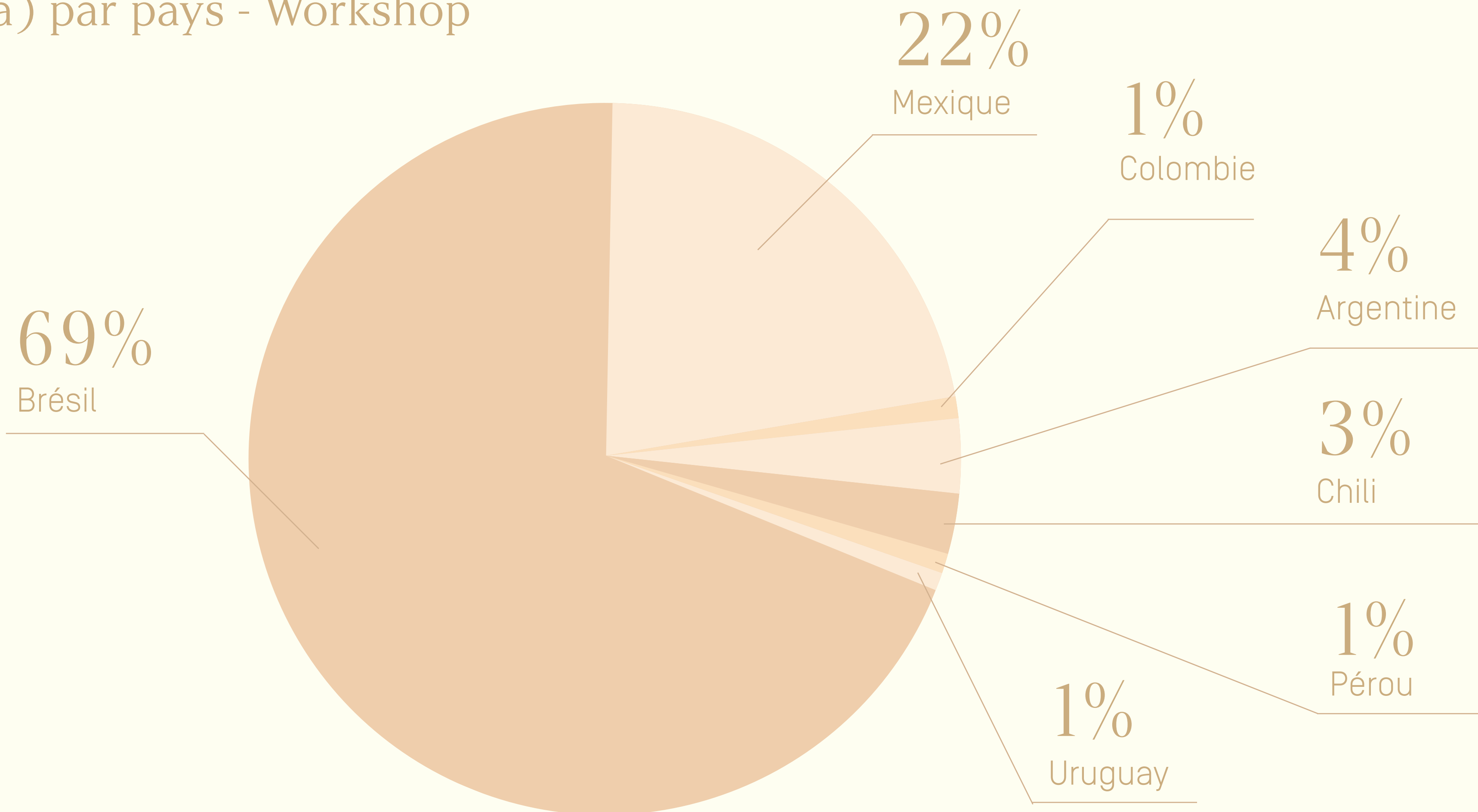
Entreprises
françaises

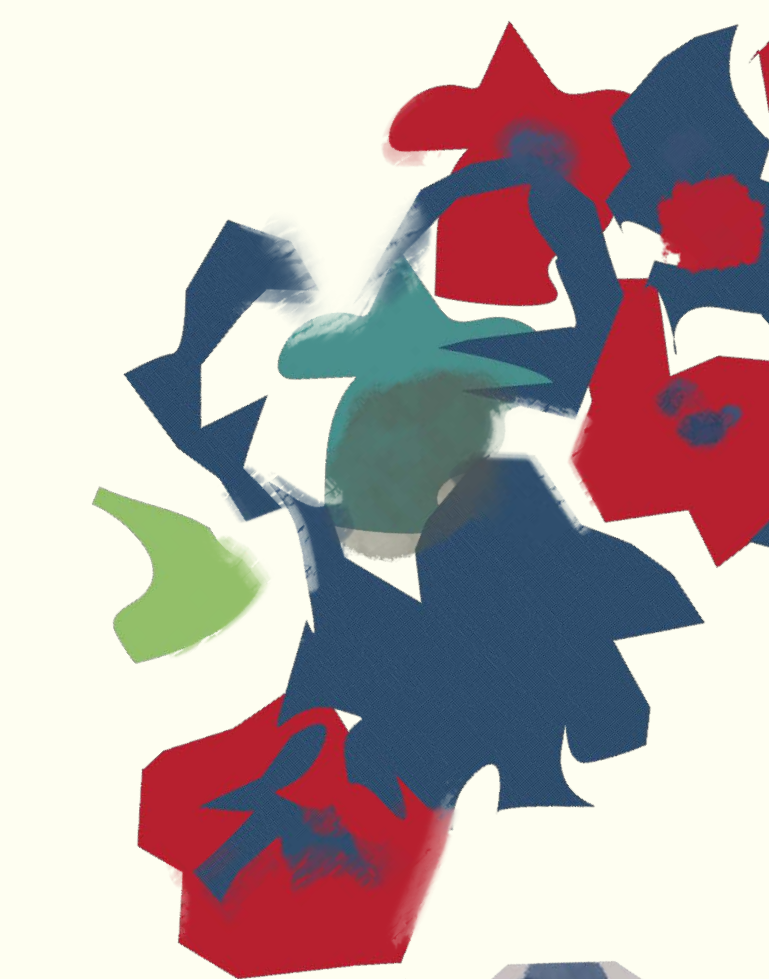


Une opération latino-américaine

Origine des participants par pays

TO (avec agenda) par pays - Workshop





86%

sont satisfaits
- très satisfaits
des contacts
effectués

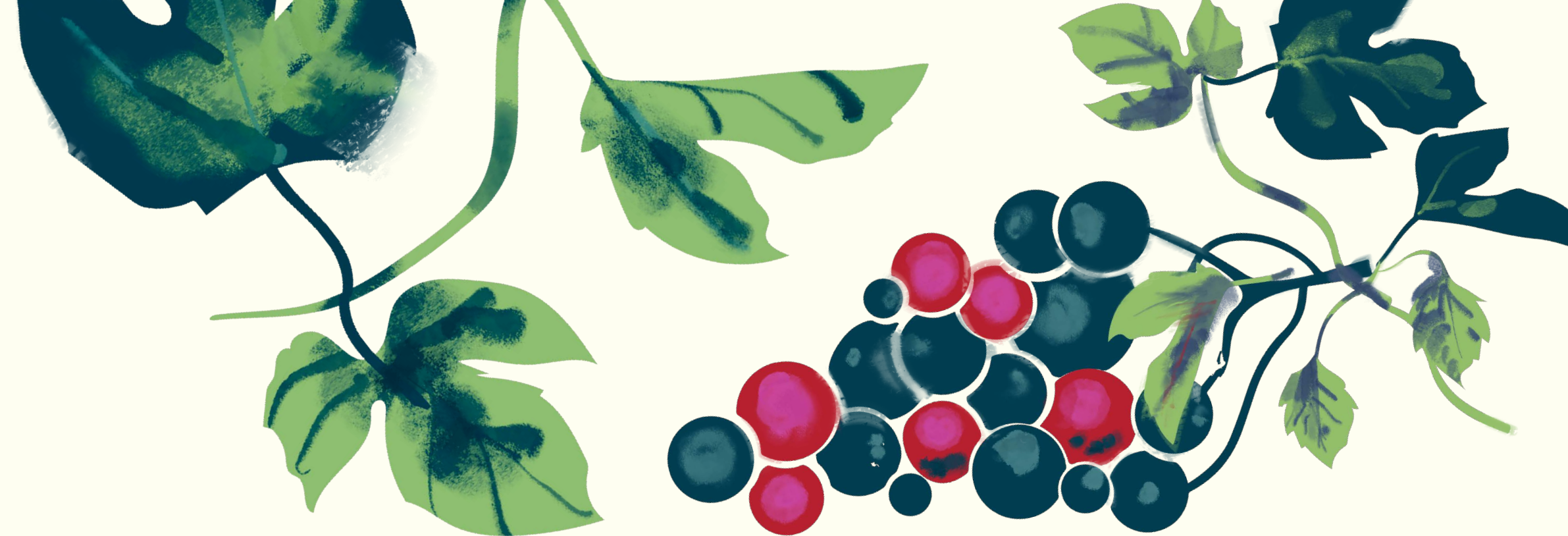
87%

sont satisfaits
- très satisfaits
de la qualité
de l'événement

100%

souhaitent participer
aux prochains
événements
d'Atout France

Entreprises françaises



85%
de taux
de satisfaction

75%
souhaitent
ré-investir sur
le marché en 2022

Jusqu'à 25
leads commerciaux
générés par entreprise



Entreprises françaises

Témoignages

“Pour l’organisation, merci et bravo aux équipes Atout France pour le support ”
Société d’Exploitation Tour Eiffel (SETE)

“Les rendez-vous effectués étaient qualitatifs et la plateforme assez intuitive. ”
Château de Versailles

“Merci à toute l'équipe pour l'organisation de l'événement !”
Entreprises et Découverte



Entreprises latino-américaines

Témoignages

“Excellent événement comme toujours !
J’ai beaucoup apprécié pouvoir choisir
mes créneaux horaires. Merci à toute
l’équipe d’Atout France pour le dévouement
et perfectionnisme ”

Mistral operadora de turismo

“Je trouve que le format de l’événement
est très approprié. Félicitations
pour l’initiative!”

Trotamundo Viagens

Les conférences ont été excellentes! Le fait
d’avoir plus de jours de workshop permet
plus de flexibilité pour participer.

Qualita Turismo LTDA

“Les événements d’Atout France
sont toujours très bien.”

CTM SAS

“J’ai beaucoup aimé participer!”

Maria Caro - Assessoria em turismo





IV. Retombées médias & influences



130.000€

Contre-valeur
publicitaire

59

articles
dont 9 imprimés



[HOME](#)
[AVIAÇÃO](#)
[CIDADES](#)
[DESTINOS MUNDIAIS](#)
[DESTINOS NACIONAIS](#)
[HOTELARIA](#)
[VIAGEM & LAZER](#)
[ENTREVISTAS PRESIDENCIAIS](#)

Loïc Bienassis" abre a segunda edição do France Excellence América Latina 2022

Facebook
 Twitter
 Pinterest
 WhatsApp
 LinkedIn

Por Mary Ellen Aquino 20 de setembro de 2022



[INGRESSO.COM](#)
[UOL HOST](#)
[PAGBANK](#)
[PAGSEGURO](#)
[CURSOS](#)
[UOL PLAY](#)

[NEWSLETTER](#)

GLAMURAMA

[HOME](#)
[MODO DE VIDA](#)
[CULTURA E ENTRETENIMENTO](#)
[MODA E DESIGN](#)
[CORPO E ALMA](#)

PUBLICIDADE

REVISTA J.P.
Já nas bancas

Atout France faz abertura da 2ª edição do 'France Excellence 2022 – América Latina'

por Redação GLMRM 21 de setembro de 2022 1 minuto de leitura

Glamurama
por Joyce Pascowitch

Negócios

France Excellence reúne ícones do luxo francês em São Paulo

Caroline Pichot, Bénédicte Épinay, Yves Teyssier, Patrick B. Kuhn

A Atout France, Desenvolvimento Turístico da França, promoveu, entre os dias 19 e 22, a segunda edição do France Excellence, o mais importante evento sobre o luxo francês no Brasil, no Rosewood, em São Paulo.

Nas segundas (19), Caroline Pichot, diretora da Atout France para a América do Sul, recebeu diversas personalidades para debater sobre o tema deste ano: "Le goût de la création", ou o "Gosto da Criação". "O France Excellence traz a nova era do luxo francês, na qual a sustentabilidade tem um lugar decisivo. O gosto num termo rico de significado, que naturalmente se refere ao mundo da gastronomia, mas significa vontade, desejo, e portanto transmissão de valores. Tentamos entender como as empresas de luxo francesas continuam a criar e transmitir as grandes tradições, essas tradições, essas inovações, enquanto enfrentam os desafios de hoje, da globalização até a sustentabilidade", disse.

O evento contou com a abertura do Cônsul Geral da França em São Paulo, Yves Teyssier D'Orléans, que, em seu discurso, mencionou que o verdadeiro objetivo para a França é ser o primeiro destino de turismo sustentável até 2030. "O France Excellence não nasceu por acaso no Brasil, estamos, sem dúvida, em uma das regiões do mundo onde a influência da França é a

nômica", com Loïc Bienassis, historiador do Instituto Europeu História e Cultura da Alimentação, que profetizou a arte culinária, da comida, do vinho e das artes da mesa. "Os rituais como pesquisa por bons produtos, referência aos corpos de receitas codificadas, savoir-faire culinário, estabulização de serviços, dos alimentos, com os vinhos, fazem a identidade da gastronomia francesa", explicou.

Após, foi realizada três mesas-redondas, sendo a primeira delas, com o tema "Le goût de la création ou la création de goût?", com os chefs Laurent Susaudeau, fundador da Escola de Artes Culinárias L. Susaudeau, Jérôme Lacaze, sommelier, diretor do Ducaise Conseil, e com o crítico gastronômico do jornal Échos, Laurent Guiz, que falou ao vivo de Paris. Susaudeau, ao falar sobre sua experiência no Brasil, abordou a valorização dos produtos de cada território, das filias locais, com ingredientes frescos e sobre a técnica e inteligência para compreender, ouvir, assimilar, para conhecer o que é bom. Lá Guiz contou como os chefs da alta gastronomia se inspiram e influenciam com viagens que realizam e sobre o engajamento com produtos e produtores, com metas como zero desperdício.

Também houve uma mesa-redonda so-

ntes, perfume, moda, joia, herança, cosméticos, agora, e há alguns anos, o princípio do desenvolvimento durável, tem integrado o valor do luxo", afirmou H. Meline.

A terceira mesa-redonda trouxe o tema: "Os novos desafios do luxo francês" e contou com a participação de CEO do Cartier, Gilbert, associação que reúne todas as marcas de luxo da França, Bénédicte Épinay.

Bénédicte mencionou que os brasileiros estiveram em grande número no salão francês, que acabou de encerrar a temporada e que o Brasil já faz parte dos países que mais enchem os salões à França, principalmente, a Paris.

"Os brasileiros são uma clientela que nos é preciosa porque são ligados às nossas marcas há um longo tempo e isso é transmitido pelas famílias brasileiras. A clientela brasileira é fiel e voltou, assim que foi possível", disse em referência à reabertura do pavilhão. A CEO também enfatizou a preocupação das grandes marcas em buscar alternativas, até mesmo nas embalagens dos produtos de luxo, para reduzir a emissão de carbono, e na área do cosmético, na preocupação por produtos com embalagens que sejam possíveis de fazer a recarga do conteúdo.

"A França ocupa o primeiro lugar das maiores marcas de luxo do mundo. E efetivamente as marcas também contribuem para o incremento da balança comer-

FOLHA DO ABC

Arte, tecnologia e relacionamento na abertura do evento France Excellence 2022

20/09/2022



O France Excellence 2022, evento que objetiva ampliar ainda mais o sucesso do turismo de luxo francês no Brasil, começou nesta segunda-feira (19), em São Paulo, com uma mistura de arte, tecnologia e relacionamento.

Arte porque acontece no RoseWood hotel que tem espetaculares ambientes recheados de livros, quadros, instalações e uma arquitetura pós-moderna. Tecnologia porque o evento está sendo transmitido ao vivo para o Brasil e América Latina em uma plataforma tecnológica que – segundo seus organizadores – atinge mais de 1.200 pessoas inscritas de forma online. E relacionamento porque Caroline Putnoki, mentora do evento e diretora do Atout France conseguiu reunir as mais famosas marcas de luxo da França para se relacionar com agentes de viagens e operadores de turismo de luxo do Brasil, jornalistas e formadores de opinião.



A abertura foi feita por Laura Wie (foto) modelo e apresentadora brasileira que adiantou a programação, seguido por uma breve fala em português de Yves Teyssier d'Orfeuill, Cônsul Geral da França em São Paulo. Crédito: divulgação.

Nesse primeiro dia com conferências e mesa-redondas o evento reuniu cerca de 170 pessoas, em especial profissionais do trade turístico que atuam no segmento luxo.

France Excellence 2022 tem início com mais de 1,2 mil inscritos

19/09/2022 15:14 | Karina Cedeño



A mestre de cerimônias Laura Wie e a diretora da Atout France para a América do Sul, Caroline Putnoki

Teve início hoje (19), em São Paulo, a [segunda edição do evento France Excellence](#), que reúne as últimas tendências do mercado de luxo francês. Realizado no hotel Rosewood São Paulo, o encontro trará palestras e também promoverá rodadas de negócios entre fornecedores franceses e agências e operadoras de viagens brasileiras.

Organizado pela Atout France em parceria com a Air France, o evento acontece de forma híbrida, sendo transmitido também em uma plataforma on-line para um público no Brasil e na América Latina.

"O France Excellence já conta com mais de 1,2 mil inscritos, entre eles profissionais do Turismo, agentes de viagens e outros especialistas. O número é 65% superior ao registrado no último evento, o que mostra nitidamente a recuperação do Turismo e a

PANROTAS

88 | Valor | Quinta-feira, 22 de setembro de 2022

Empresas Tendências&Consumo



Bénédictine Épinay: manter vivo o interesse por trabalho artesanal é desafio

Grifes buscam atrair jovens para seus ateliês

Luxo

Pedro Diniz

Para o Valor, de São Paulo

Uma das poucas certezas sobre o futuro do mercado de luxo é que sua existência não depende apenas da voracidade dos clientes, mas principalmente que os jovens se interessem em trabalhar para ele. A França age para não perder a mão de obra centenária.

Berço das marcas mais rentáveis do segmento — Louis Vuitton, Chanel e Hermès —, na França o se-

tor de luxo respondeu por 11,8% das exportações no ano passado. Agora as grifes estão deixando a disputa de lado para trocar ideias sobre como tornar mais atrativo o trabalho para a juventude.

De acordo com a presidente da associação Comité Colbert, Bénédictine Épinay, as empresas já pagam mais por isso. O salário inicial dos artesãos franceses de marcas de luxo está na faixa dos € 2.500, enquanto o piso médio do trabalhador no país é de € 1.500.

"Jovens trocam de emprego a cada dois anos. Estimulá-los talvez seja o nosso maior desafio, não só pela perspectiva salarial. Queremos mostrar que o trabalho pode ser divertido e desmistificar a ideia de que se exerce uma mesma função na empresa pelo resto da vida", disse a executiva.

Em visita a São Paulo para o evento France Excellence, organizado na segunda-feira, Épinay promove o luxo francês pelo mundo e conduz encontros periódicos com diretores das marcas em 14 segmentos, dentre os quais moda, beleza, decoração e bebidas.

Fundado em 1954 por Jean-Jacques Guerlain, o Comité Colbert reúne hoje, além das etiquetas dos principais grupos, nomes fortes como o do sapateiro Christian Louboutin e o da marca de champagne Ruinart. Das 270 grifes mais poderosas do luxo internacional listadas em ranking da Deloitte, 130 são francesas, sendo 92 delas membros da entidade de classe.

"Ainda há concorrência [entre as marcas], é claro, mas os executivos estão abertos. Eles não revelam até quanto podem chegar a pagar aos artesãos, mas entendem que não vivemos mais a 'cultura dos segredos', quando tudo era escondido. Temos de abrir a porta, dar rosto a quem produz", diz ela.

Dados do comité confirmam o esforço das grifes em manter a mão de obra. Nos 188 territórios da França onde se fabrica matéria-prima de luxo, o setor gera quase 1 milhão de empregos — o grupo LVMH responde, sozinho, por 175 mil —, sendo 49% de toda a força de trabalho direcionada à produção. Mais de 90% dos novos contratos oferecidos pelo setor foram desti-

Ainda que tímido se comparado ao exemplo dos executivos franceses, o desejo pelo artesanato local encontra eco no Brasil. Guardadas as proporções, bom exemplo é o interesse pelo trabalho de artistas populares que manejam madeira e barro para criar itens de casa.

As peças ajudaram a última Feira Nacional de Negócios do Artesanato (Fenearte), que ocorreu em julho, no Recife, a atingir um recorde de R\$ 40 milhões em vendas. Focado no consumidor final, o salão é o maior do gênero na América Latina e teve 300 mil visitantes.

Uma das responsáveis pela curadoria da feira, a arquiteta Ana Maria Pedroza disse que muitos reconhecem o valor dos artesãos brasileiros, embora ainda se confunda manualidade com artesanato. "Para ser considerado artesão, a matéria-prima tem de ser modificada para agregar design. Nossa briga hoje é fazer com que os próprios artesãos também entendam essa diferença", diz.

Ela aponta que copos, pratos e vasos queimados manualmente atravessam uma espécie de "hype", que, aliás, começou ainda no início da pandemia, quando cresceu a procura por itens de casa mais elaborados. Segundo dados do IEMI Inteligência de Mercado, no auge do confinamento, em 2020, o setor faturou R\$ 87,7 bilhões.

Bénédictine Épinay não conhece o artesanato brasileiro — esta foi sua primeira visita ao país — mas diz que a valorização do "savoir faire", um termo usado pelos franceses para definir os saberes locais, seria fundamental para consolidar uma indústria do luxo brasileira.

Permitiria, também, a rastreabilidade da cadeia de insumos, imperativa em um contexto de cobrança dos consumidores por práticas mais sustentáveis.

"A covid foi um choque elétrico e, para ser honesta, ainda não fizemos o suficiente. Alguns membros [do comité] já me falaram que não gostariam de falar de sustentabilidade porque não são 'perfeitos'. Respondo que é melhor falar a verdade do que manter silêncio", afirma a executiva. "Se não houver esforço agora, os clientes não irão perdoar depois".

Reportagem de 22 de setembro de 2022. São Paulo, 22 de setembro de 2022. 05/2022

ECONÔMICO
Valor

Turismo

dos menores leitores

HOME AVIAÇÃO CIDADES DESTINOS MUNDIAIS DESTINOS NACIONAIS HOTELARIA VIAGEM & LAZER ENTREVISTAS PRESIDENCIAIS



RESERVAS ABERTAS PARA O NOVO VILA GALÉ ALAGOAS

RESERVE AGORA



Entrevistas

Exclusivo! Patrick Branco Ruivo, diretor geral da Torre Eiffel, fala ao DIÁRIO

Por Editores 21 de setembro de 2022

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp LinkedIn



Patrick Branco Ruivo, no France Excellence, no hotel Rosewood (Crédito: Giovana Fraga - DT)



No primeiro dia do France Excellence 2022, evento que objetiva ampliar ainda mais o sucesso do turismo de luxo francês no Brasil, o DIÁRIO conversou com Patrick Branco Ruivo, diretor geral da Torre Eiffel, em Paris.

O encontro só foi possível graças à gentileza da Equipe Atout France, Agência Oficial de Desenvolvimento Turístico da França, representada aqui no Brasil por Caroline Putnoki, diretora da agência para América do Sul.

Patrick é ex-diretor do Secretário Geral da Cidade de Paris, responsável pela direção, controle e modernização da administração, exercendo anteriormente vários cargos na cidade Luz. Ex-aluno da École Normale Supérieure de Cachan, professor (agrégé) em economia e gestão, ensinou economia durante dois anos no Lycée français de Atenas e depois direito privado por cinco anos no IUT de

CADASTRE-SE GRATUITAMENTE

TENHA ACESSO ÀS CONTEÚDOS EXCLUSIVOS
+ 300 MATÉRIAS COM CONTEÚDO DIRECIONADO
RECEBA AS ATUALIZAÇÕES EM 1ª MÃO

Seu endereço de email

CADASTRE-SE

☐ Estou de acordo com a Política de privacidade.

Tenha acesso ILIMITADO ao conteúdo EXCLUSIVO de turismo.

CONTEÚDO EXCLUSIVO

PERFIL & TEMPO & ESPAÇO

EXCLUSIVO Marily Miranda: uma senhora assessora de imprensa

5 de agosto de 2022

Destaque do DT

EXCLUSIVO Cusco representa sincretismo religioso e festeja a Mãe Terra

28 de junho de 2022

Matérias especiais

EXCLUSIVO Reinado de Nanang Assoumou convive com



60.000 ex.

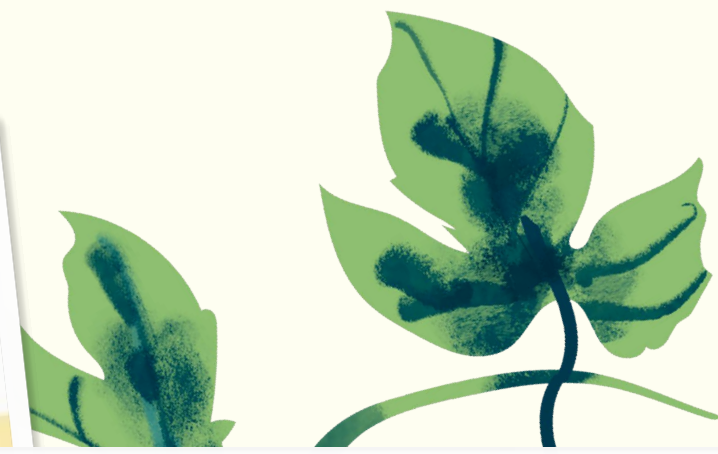
Monsieur Eiffel e a ci

Patrick Branco Ruivo, diretor-geral da torre-símbolo da França, visita paulistanos e diz que quer ver mais brasileiros no monumento parisiense.

A capital paulista não é, exatamente, uma referência turística. Mas tem um enorme potencial. O diretor-geral da Torre Eiffel, Patrick Branco Ruivo, veio de Paris visitar a cidade entre 18 e 22 de setembro e atestou o talento. “Essa é minha primeira vinda ao Brasil em vinte anos, e é natural que fosse em São Paulo, o centro econômico”, diz o executivo, que participou do evento France Excellence América Latina 2022, no dia 19, no hotel Rosewood São Paulo. O visitante francês foi a pontos famosos, como a Avenida Paulista e a Sala São Paulo, e aproveitou para trocar suas impressões com a reportagem da *Veja*.

A Torre Eiffel — que passa por uma baita reforma para a Olimpíada de 2024 — recebe por volta de 20.000 pessoas diariamente (75% delas, de fora da França). A previsão é de que a empresa que Branco Ruivo dirige, a Société d’Exploitation de la Tour Eiffel (Sete), é que neste ano pintem por lá cerca de 6 milhões de turistas (desde abril, não há mais restrições sanitárias ali). Para comparar: a capital contabilizou a passagem de 2,3 milhões de estrangeiros em 2019, no período pré-pandemia.

“A meta é voltar aos níveis anteriores à pandemia e, mais visivelmente, mais visitantes”, afirma o diretor. Verne e a torre já estão instaladas no parisiense e oferta



ttc
Travel Trade Caribbean

Inicio Turismo Eventos Negocios Transporte Especiales Galerías Habana nuestra Gastronomía

I Feria Internacional de Turismo Médico y Bienestar
La Habana
17 al 20 de octubre de 2022

INICIO TURISMO **EVENTOS** NEGOCIOS TRANSPORTE ESPECIALES GALERÍAS HABANA NUESTRA GASTRONOMÍA

Home » Eventos » Más de mil participantes en primer día de France Excellence

Más de mil participantes en primer día de France Excellence

Publicado por: Redacción TTC | septiembre 20, 2022 | 51 Visitas

Facebook Twitter Más...

France Excellence 2022 AMÉRICA LATINA

Si cuidas de ti, cuidas de todos.

CUIDATE

SUYO Y SEGURO

MÁS INFORMACIÓN

AirEuropa
Tú decides

TTC 284 – FITCUBA

veja São Paulo

435.000 ex.

menu guias & e-books anuncie **hotelnews** revistas

acontece

France Excellence reúne 200 convidados em São Paulo

por Redação | 28/09/2022 | Acontece

No último dia 19, a segunda edição do **France Excellence**, evento realizado pela **Atout France** – Agência de Desenvolvimento Turístico da França em São Paulo –, reuniu 200 convidados no hotel **Rosewood São Paulo**, com transmissão em tempo real para toda a América Latina para mil pessoas.

A conferência proferida por **Loïc Bienassis**, historiador e pesquisador do Instituto Europeu de História e das Culturas da Alimentação, teve como título “O paladar francês e a cultura da refeição gastronômica” e explicou como o ritual de comer francês se tornou Patrimônio Imaterial Mundial da Unesco através da valorização do



V. Gracias, Obrigado, Merci
à nos partenaires!

Sponsor officiel



Co-sponsors

RIMOWA



PRINTEMPS
PARIS



Manuel Flahault
Air France



Martina Pinho
Juliana Gervazoni
Rimowa



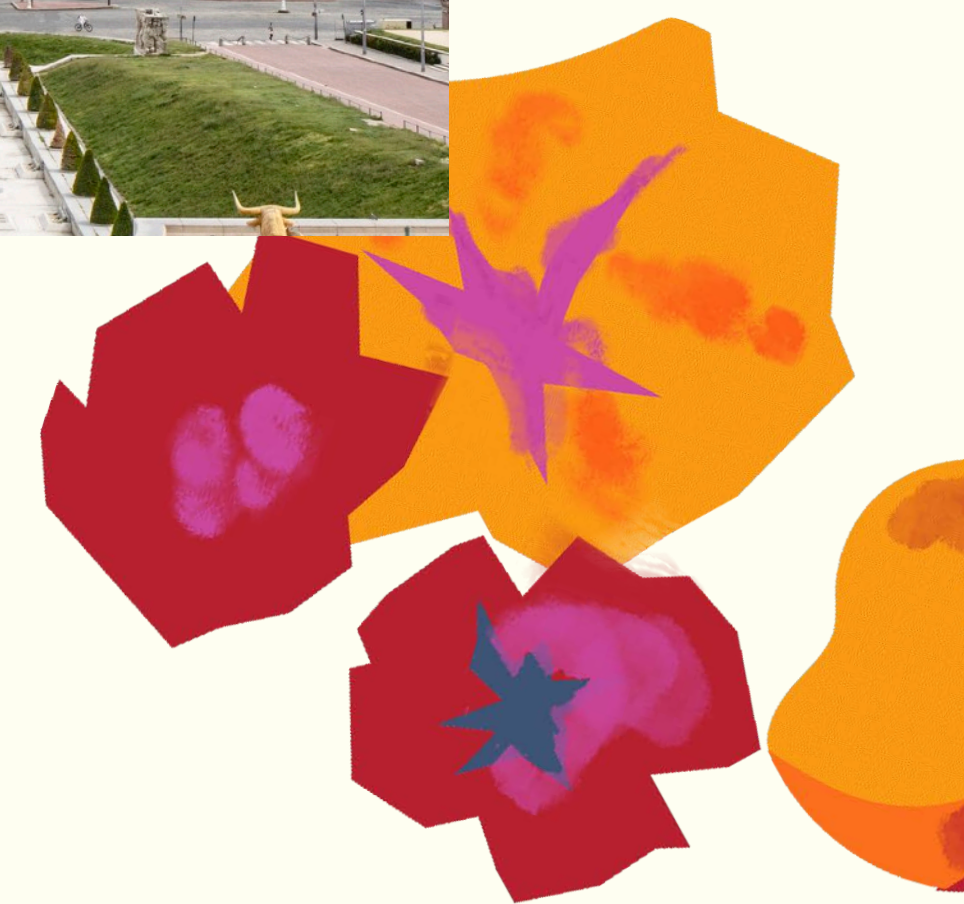
RIMOWA



Cinthia Camargo
Representante au Brésil



Patrick Branco Ruivo
Société d'Exploitation
de La Tour Eiffel



Soutiens







Laura Wie
Maître de cérémonie habillée
par Dior Couture



Dior Couture
Parfums Christian Dior



Décor & styling



Nos sponsors témoignent

“C’était parfait”

Davide Marcovitch, CEO LVMH

“C’était excellent !”

Daniela Ota – Parfums Dior

“Vous avez fait l’unanimité !”

Bénédicte Épinay, Comité Colbert

“Nous aimerions beaucoup
participer en 2023”

Rimowa



Exposants



Un remerciement spécial

À Monsieur Davide Marcovitch
et aux équipes du Groupe LVMH





FRANCE
EXCELLENCE
— 2022 —
AMÉRICA
LATINA

À l'année
prochaine !

18 > 21 septembre 2023

**A TOUT
FRANCE**
Agence de développement
touristique de la France

Explore France™ 

