

Campagne de notoriété

Palaces de France 2025

1

Contexte et objectifs

Notoriété de la distinction

- Créer une stratégie de marque et concevoir une campagne de notoriété
- Travailler un univers et des éléments de langage pour faire rayonner les valeurs de la distinction



Brief et éléments clés

- Campagne sur le long terme
- Stratégie marketing 360
- Eduquer sur la distinction « Palaces de France » et ses valeurs
- Emphase sur les saisons et les univers associés
- Personnaliser l'offre via des Ambassadeurs des Palaces de France

Cibles internationales

Marchés prioritaires :

- Marchés intégrant un budget paid: Etats-Unis, Royaume-Uni, Brésil et Suisse

Marchés secondaires:

- Tous marchés d'opportunité souhaitant utiliser les assets



2

Campagne de notoriété
Collaboration avec
Indagare Studio & Travel

Collaboration basée sur 2 axes de production

Axe 1 - Série de vidéos

- **5 épisodes** d'environ 20minutes & courtes vidéos promotionnelles (31 palaces)
Etat d'avancement sur la production des épisodes:
[Episode 1](#) validé et diffusé
[Episode 2](#) validé et diffusé
[Episodes 3](#) validé et diffusé
Episodes 4 et 5 en cours de production
- Plan de **production + médiatisation sur le long terme** avec une stratégie marketing 360
- 4 thèmes : **Behind-the-Scenes, Art de Vivre & Gastronomy, Architecture, Design, Innovation and Cultural Heritage and The Legacy of the Palaces de France and Sustainability**

L'ensemble des contenus sont produits en marque blanche pour la campagne Palaces de France en dehors de l'écosystème Indagare.



Axe 2 - Série éditoriale

Production de :

- 3 articles thématiques sur Indagare.com
[Dedicated Article #1](#): Launch Announcement
[Dedicated Article #2](#): Just Back from Courchevel
[Dedicated Article #3](#): Just Back from South of France
Bonus [#1](#), [#2](#), [#3](#), [#4](#), [#5](#)
- [Indagare Magazine Eté 2024](#) - pages 19 à 22 et 34-35
- Indagare Magazine Automne/Hiver 2024 – 4 pages
- Dossier et communiqué de presse

Promotion associée dans l'écosystème Indagare :

- Site internet : [Landing Page](#), [Palace Hotels Collection Page](#)
- Newsletters (100K abonnés)
- Réseaux sociaux (+80K followers)
- Articles magazine print (5K exemplaires)
- 75 contacts pour la partie presse

[Lien vers
le logo
Palaces
de France](#)

PALACES
DE FRANCE

Identité graphique

Signature : A legacy of excellence

Tagline : France's most prestigious & timeless properties

[Lien vers
la charte
graphique](#)

[Lien vers la
signature](#)

VERSION 1 – STACKED :

**A Legacy
of Excellence**

France's Most Prestigious
& Timeless Properties

**A Legacy
of Excellence**

France's Most Prestigious
& Timeless Properties

VERSION 2 – ELONGATED :

A Legacy of Excellence

France's Most Prestigious & Timeless Properties

A Legacy of Excellence

France's Most Prestigious & Timeless Properties

2 versions validées, suivant l'utilisation

Vidéo Teaser de la série de vidéos

Créer une vidéo teaser est un excellent **outil de promotion** qui suscite l'intérêt et la curiosité du public, incitant les spectateurs à en savoir plus et à suivre la campagne.

- **Title:** Palaces de France - A legacy of excellence: France's most prestigious & timeless properties
- **Introduction:** In the world of French Luxury hotels only a select few properties stand out amongst thousands. These unique establishments transcend the 5-star category and have been awarded the coveted distinction of being a Palace de France hotel. Embark on a journey of discovery to uncover the secrets of France's most exquisite properties.
- **Part 1:** A distinction defined: Elevating French Hospitality **{only shown on Screen not said in the script}**
Enter the luxurious universe of French hospitality to see what it takes to surpass the stringent criteria that set these quintessential French gems apart.
- **Part 2:** Behind the Scenes: Meet the Ambassadors of French Excellence **{only shown on Screen not said in the script}**
Witness the talent and dedication behind a truly unique and personalized Palace de France experience.
- **Part 3:** Art de Vivre & Gastronomy: The French Art of Living Through Culinary Greatness **{only shown on Screen not said in the script}**
Experience the art de vivre with gastronomic rituals and experiences at the highest levels.
- **Part 4:** Architecture, Design and Innovation: Unparalleled French Architecture and Innovative Design **{only shown on Screen not said in the script}**
Explore surprising modern and historic architectural treasures with spectacular spaces carefully curated with design elements that make each of these properties shine.
- **Part 5:** Sustainable development: shaping the future of the Palace Legacy **{only shown on Screen not said in the script}**
With a commitment to fostering an atmosphere where Luxury and Sustainability coexist. Learn about the Palaces de France's legacy and its role in sustainable development.
- **COMING SOON : The Palaces de France Unveiled Video Series** **{only shown on Screen not said in the script}**
Prepare for a journey to the pinnacle of French luxury and hospitality.

Vidéo Teaser de la série vidéos – version longue 2’17

[LIEN](#)

*vers la Vidéo Teaser
En téléchargement*

[LIEN YOUTUBE](#)

vers la vidéo à repartager

*Diffusion de la vidéo par
Atout France à l’occasion
de l’événement de
lancement le 18 septembre
2024 à New-York*

*Diffusée sur la page
d’atterrissage de la
campagne*

www.palacesdefrance.com

A Legacy of Excellence

France’s Most Prestigious & Timeless Properties

Plan de médiatisation à partir du mois de novembre 2024

Vidéo Teaser de la série vidéos – version courte 60'

[LIEN](#)

*vers la Vidéo Teaser
En téléchargement*

*Vidéo postée depuis
le compte Instagram
@Indagaretravel le
18 septembre 2024*

*Diffusée sur le
compte Instagram
@DUCOFrance et
LinkedIn [@DUCO](#)
[Travel Summit](#)*

A Legacy of Excellence

France's Most Prestigious & Timeless Properties

Plan de médiatisation à partir du mois de novembre 2024

Synopsis et interviews des 5 épisodes

Thématiques des 5 épisodes :

- **Episode 1:** A Distinction Defined
- **Episode 2:** Behind-the-Scenes
- **Episode 3:** Art de Vivre & Gastronomy
- **Episode 4:** Architecture, Design, Innovation and Cultural Heritage
- **Episode 5:** The Legacy of the Palaces de France and Sustainability

(Note : Les pages du SYNOPSIS sont présentées en ANGLAIS)

EPISODE 1. A Distinction Defined

Vidéo finalisée et diffusée

“In the world of French Luxury hospitality, only a select few proprieties stand out amongst thousands. These unique establishments transcend the 5-star category and have been awarded the coveted distinction of being a Palace de France hotel. We invite you to embark on a journey of discovery to uncover the secrets of French Hospitality in France’s most exquisite proprieties.”. The aim of this episode is to highlight this unique distinction.

In Episode 1, the idea is to highlight each of the tenets (which we will then dive into more deeply in the following episodes) and use a GM to provide the overview.

- **Savoir Faire/Behind the Scenes Talent:** François Delahaye, Hôtel Plaza Athénée and Le Meurice, Dorchester Collection, Paris
- **Gastronomy:** Eric Boonstoppel, Cheval Blanc (St-Tropez, St Barth Isle de France et Courchevel)
- **Design/Architecture/Cultural Heritage/Exceptional Location:** Vincent Billiard, Hôtel de Crillon, A Rosewood Hotel, Paris
- **Sustainability/Legacy:** Géraud Tournier, Château Saint-Martin & Spa, Vence

La sélection ci-dessus permet d’avoir une représentativité géographique des 4 espaces Paris, Montagne, Nature et Bord de Mer.

[LIEN](#)
vers la Vidéo
En téléchargement

[LIEN YOUTUBE](#)
vers la vidéo à
repartager

Diffusée sur le site de campagne
<https://palacesdefrance.com/about-2/>



Vidéo de 19'05

EPISODE 2 Behind-the-Scenes

Vidéo finalisée et diffusée

“We are peeling back the curtain to meet the extraordinary talents that set the stage to host the world’s most discerning guests. See the creativity and discipline that goes into creating an atmosphere of unparalleled and highly personalized experiences.”

In this episode there is room to showcase more voices because we can spend less time on each and highlight the breadth of what happens behind-the-scenes at the hotels.

[LIEN](#)
vers la Vidéo
En téléchargement

Talent/Personalized experience(s) 1:

Concierge/Conciergerie

- **Le Royal Monceau Raffles** : Deborah Waintraub Ittah, Art Concierge
- **The Peninsula Paris : Peninsula Academy Programme.** : Vanessa Bugi, Head Concierge
- **Shangri-La** : Anthony Schmitt – Chef Concierge

Talent/Personalized experience(s) 2: Languages

- **Mandarin Oriental** : Emilio Gonzalez Villalobos, Housekeeping Manager

Talent/Personalized experience(s) 3: Spa/Wellness

- **Hôtel Plaza Athénée: Spa Dior** – Agnès Bousquet de Florian
- **Hôtel du Palais Biarritz : Spa Impérial**
- **Hôtel Royal – Evian Resort** : Patrick Saussey – Spa Consultant

Talent/Personalized experience(s) 4:

Florist

- **Le Meurice** : Denis Martel, Head of Flowers / **George V** : Jeff Leatham, Florals

Talent/Personalized experience(s) 5: Ski Butler

- **L’Apogée Courchevel: Ski Butler Program**, Louis Crombe
- **Hôtel Barrière Les Neiges.**
- **Le K2 Palace, Courchevel.**

Talent/Personalized experience(s) 6: Personalized gifts

Les Airelles Courchevel – Hugo Core, Customer Experience Manager

[LIEN YOUTUBE](#)

vers la vidéo à
repartager

Diffusée sur le site de campagne
<https://palacesdefrance.com/episode-2/>



Vidéo de 21'44

“Ranked among the finest culinary experiences worldwide, the French Gastronomic meal and its rituals have earned a place in the prestigious UNESCO Cultural Heritage list.” For this episode, the idea is to showcase the gastronomic diversity of the properties showing off the range of restaurants on property, the Michelin stars, the history and the partner ‘celebrity’ chefs.

Journalist Voice: Kasia Dietz

•Le Bristol

•Park Hyatt Paris Vendôme : Jean-François Rouquette, Executive Chef, 1 étoile Michelin

•Les Prés d’Eugénie : Eléonore Guérard, Directrice Générale

•Les Sources de Caudalie : Alice et Jérôme Tourbier, Propriétaires

•Mandarin Oriental : David Biraud, Chef Sommelier et Restaurant Manager

•Château de la Messardière : Mauro Governato, Directeur Général

•Shangri-La

•Le K2 Palace : Sébastien Vauxion, Chef pâtissier aux 2 étoiles Michelin

•Villa La Coste : Hélène Darroze, Cheffe, restaurant 1 étoile Michelin

•Cheval Blanc St Tropez : Olivier Raveyre, Directeur Général

•Cheval Blanc Courchevel

[LIEN](#)

vers la Vidéo
En téléchargement

[LIEN YOUTUBE](#)

vers la vidéo à
repartager



Diffusée sur le site de campagne

Vidéo de 21'44

EPISODE 4: Design & Architecture

“Explore surprising modern and historic architectural treasures with spectacular spaces carefully curated with design elements that make each of these properties shine.” The aim is to highlight the unique architecture of the palaces.

Journalists : Kasia Dietz (Freelance Writer (incl. CNT, AD, BBC), Lanie Goodman (Arts and Travel Writer)

- **Hôtel de Crillon :** Aline Asmar d’Amman, Architect an Founder of Culture in Architecture
- **Villa La Coste :** Daniel Kennedy – Art Center Manager and Julien Chedor GM
- **Hotel du Cap-Eden-Roc :** Sophie Volant – Hotel Manager
- **La Réserve Paris et la Réserve Ramatuelle :** Jacques Garcia, interior designer and decorator
- **Cheval Blanc St. Tropez :** Olivier Raveyre GM to talk about Roger Capron and link with craftsmanship
 - **Hotel Lutetia :** Jean-Pierre Trevisan former GM
- **La Bastide de Gordes :** Christophe Tollemer, interior designer and collaborator for 16 years
- **Park-Hyatt Paris Vendôme :** Chef Jean-François Rouquette
- **Shangri-La :**Anthony Schmitt, Head of Concierge

A venir, attente première version vidéo

EPISODE 5: Sustainability/Legacy

“With a commitment to fostering an atmosphere where Luxury and Sustainability coexist. Learn about the future of the Palace de France’s legacy and its role in sustainable development.”

Journalist Voice: Skye Parrott – Editor-In-Chief Dossier

- **George V**
 - **Château Saint-Martin & Spa**
 - **Hotel du Cap-Eden-Roc** : Sophie Volant – Hotel Manager
 - **Grand-Hôtel du Cap-Ferrat, A Four Seasons Hotel** : François-Regis Simon – General Manager
 - **Les Sources de Caudalie** : Alice et Jérôme Tourbier, Propriétaires
 - **Le Bristol Evane Lamaison** – CSR Project Manager
 - **Les Prés d’Eugénie, Maison Guérard** : Eleonore Guérard, GM

A venir, attente première version vidéo

3

Lancement presse et campagne media
2024

Une communication 360

Objectif: Pousser un éditorial impactant avec des personnalités fortes pour partager les valeurs communes de la distinction Palaces.

18 septembre: lancement auprès des médias, de professionnels et des voyageurs américains

MEDIA: événement, diffusion média kit, pitching

PROFESSIONNELS: Newsletters et articles éducationnels renvoyant vers les contenus et vidéos

CONSOMMATEURS: campagne programmatique et médias sociaux

Une landing page, des réels, des articles et éléments de langage sont mis à disposition pour la campagne.

FRANCE SHOWCASE – Événement immersif

18 septembre 2024

Le France Showcase est un événement annuel organisé par Atout France qui permet aux participants de rencontrer les rédacteurs clés, journalistes, freelances et influenceurs de la presse tourisme affiliée culture, art, design, gastronomie et vins... ainsi que de la presse généraliste. Il est organisé en 2 temps pour permettre une rencontre privilégiée à Brooklyn et Manhattan.

À la suite de la présentation Presse, ont été conviés également nos meilleurs contacts professionnels du tourisme sur le marché américain : CEO d'agences (des réseaux Virtuoso, Signature, Internova...), tour-opérateurs et autres VIP influents de la ville de New York et de la communauté française (Consulat, Chambre de Commerce, Alliance Française et presse française, Ville de New York..)



ATOUT FRANCE
presents
FRANCE SHOWCASE 2024

A exclusive sneak preview of News in France for 2025!

Meet with our partners from
**Les 3 Vallées, Aix en Provence, Exodus Adventure Travel,
Les Palaces de France and Air France!**

CHAMPAGNE BREAKFAST IN BROOKLYN
9am - 11.30am
10am: News preview
Stone Park Café
324 5th Ave, Brooklyn, NY

COCKTAIL RECEPTION IN MANHATTAN
6pm - 9.30pm
7pm: News preview
Amélie, Maison d' Art Gallery
85-87 Mercer St, New York City

RSVP by september 8: kate.schwab@atout-france.fr

AIRFRANCE | **les 3 vallées** | **EXODUS ADVENTURE TRAVELS** | **PALACES DE FRANCE** | **AIX EN PROVENCE OFFICE DE TOURISME** | **Explore France™**
Powered by About France

DUCO France – 4 au 8 novembre 2024

Plan de communication et collaboration DUCO France 2024 pour amplifier la visibilité Palaces de France

- **1 table partagée de rendez-vous Palaces de France** sur la partie workshop (coordination Atout France, rendez-vous assurés par Tiana Gamez, Adjointe à la Direction du bureau des Etats-Unis)
- **Un plan de médiatisation sur les canaux DUCO France** : Posts Instagram + LinkedIn pour mettre en avant les épisodes de la série vidéo Palaces de France et newsletter dédiée
- **Intégration du logo « Palaces de France »** en tant que **co-sponsor de DUCO France** sur les supports de communication de l'événement (Site internet, DUCO France guide, DUCO App, DUCO France Event Official Programs onsite et DUCO Gazette).
- **Organisation d'un déjeuner presse « Palaces de France »** – Mardi 5 novembre 2024
- **Un coffret chocolats Alain Ducasse personnalisé avec le logo Palaces de France** remis à chaque buyer et journaliste (inclus dans le welcome kit DUCO) avec un QR Code renvoyant vers le site de la campagne



Déjeuner Presse – Palaces de France en marge de DUCO

Mardi 5 novembre

Restaurant L'Orangerie - Four Seasons George V Paris

Une rencontre exclusive entre journalistes et représentants des Palaces pour porter collectivement les messages autour de la distinction Palaces de France et la campagne.

Pour ce temps fort, 6 GM ont été impliqués en tant qu'ambassadeurs du collectif pour représenter l'ensemble de la collection Palaces de France.

- PARIS : Thibaut Drege Four Seasons Hotel George V ; Franka Holtmann Le Meurice, Dorchester Collection ; Vincent Billiard Hôtel de Crillon, A Rosewood Hotel,
- SEASIDE SPIRIT : Christophe Chauvin Byblos Saint-Tropez
- MOUNTAIN LUXURY : Julien Barges Hôtel Barrière Les Neiges, Courchevel
- BACK TO NATURE : Eléonore Guérard Les Prés d'Eugénie, Maison Guérard

8 journalistes présents

1. Kasia Dietz - Condé Nast Traveler US / France Magazine
2. Lane Nieset – Travel + Leisure / National Geographic / Vogue US / Fodor's Travel
3. Jennifer Ladonne – Fodor's / France Today
4. Mary Winston Nicklin – [Afar](#) / Luxury Travel Advisor
5. Nicola Leigh Stewart - The Telegraph / Conde Nast Traveler / Robb Report / Sleeper Magazine
6. Nick Hendry - The Week, FT HTSI, Robb Report, SquareMile
7. Skye Parrott - Dossier Magazine
8. Angelina Rascouët – Bloomberg

Retombées presse

TRAVEL INSPIRATION - HOTELS

By Mary Winston Nicklin • January 15, 2025

France's Palace Hotels Are Considered the Height of French Culture—and Can Be Better Than 5-Star Stays

Palace hotels are the highest distinction a hotel can achieve in France. Here's what they are—and what makes them so special.



A guest room at the Shangri-La Paris. Courtesy of VIX Studios/Shangri-La Paris

Article AFAR –

Mary Winston Nicklin

Plan de communication – Réseaux DUCO France

En post-événement

1 post sur les comptes Instagram [@ducofrance](#) + [DUCO Travel Summit](#)
1 newsletter à l'attention de tous les Buyers de la base de données DUCO
(éditions 2024 et précédentes)

Faisant la promotion de la série vidéo et de la sortie de l'épisode 1

Éléments de langage à disposition Episode 1 : A Distinction Defined

Explore the essence of French luxury and hospitality in the exclusive video series : “*Palaces de France, A Legacy of Excellence*” which highlights a select few extraordinary hotels that have been awarded the coveted Palace de France distinction. Each episode uncovers a unique facet of what makes French palaces a global symbol of elegance, excellence, and innovation. We invite you to embark on a journey through the tenets of luxury.

What sets the Palaces de France apart? Find out in Episode 1: « A Distinction Defined : A Legacy of Excellence ». <https://palacesdefrance.com/about-2/>

And stay tuned for the next episodes, as the journey of immersing yourself in the world of Palaces de France has just begun !

Palaces de France, A Legacy of Excellence, France's Most Prestigious & Timeless Properties



Step inside the world of unparalleled hospitality with the exclusive video series: “Palaces de France, A Legacy of Excellence.” 🌟

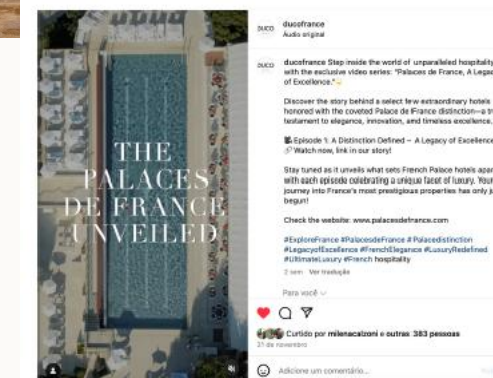
Discover the story behind a select few extraordinary hotels honored with the coveted Palace de France distinction—a true testament to elegance, innovation, and timeless excellence.

🎬 Episode 1: A Distinction Defined – A Legacy of Excellence
🔗 Watch now: <https://palacesdefrance.com/about-2/>

Stay tuned as it unveils what sets French Palace hotels apart, with each episode celebrating a unique facet of luxury. Your journey into France's most prestigious properties has only just begun!

#ExploreFrance #PalacesdeFrance #Palacedistinction
#LegacyofExcellence #FrenchElegance
#LuxuryRedefined #UltimateLuxury #French hospitality

Utilisation de la vidéo
teaser de 60'
Lien post Instagram



Instagram Report

Views: 18.510

Reach: 12.050

Interactions: 443

Views 🌐

18,510

Reach

12,050

Interactions 🌐

443

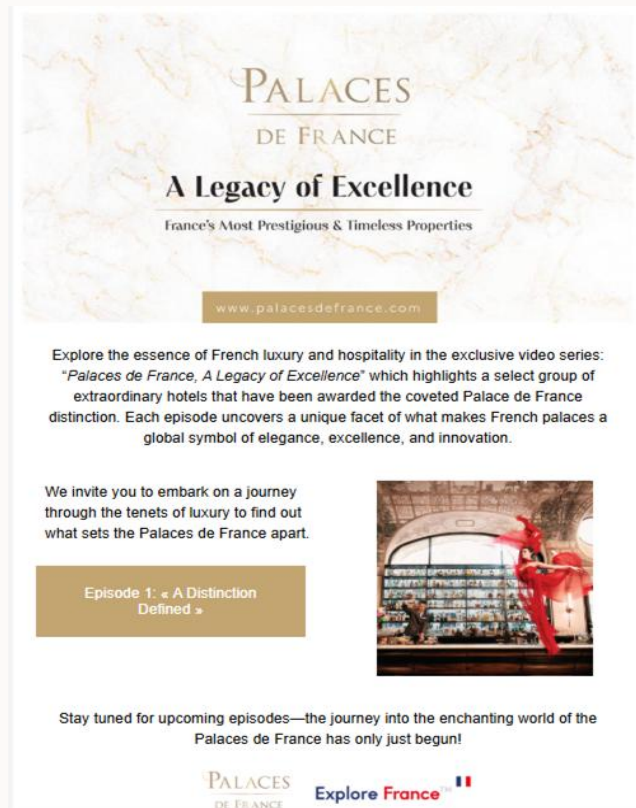
Plan de communication – Réseaux DUCO France

En post-événement

1 newsletter à l'attention de tous les Buyers de la base de données DUCO (éditions 2024 et précédentes)

Faisant la promotion de la série vidéo et de la sortie de l'épisode 1

Chiffres et statistiques



Recipients: 207

Successful deliveries: 206 | 99%

Open Rate: 157 | 76.2%

Recipients	207
Audience	DUCO Audience (Tags: Palaces de France)
Subject	Palaces de France

Successful deliveries 206 (99.5%)

Email performance

Dec 10, 2024 - Dec 19, 2024

Open rate
76.2%
157 opened

Most clicked links in the newsletter:

- [About - Palaces de France](#)
- [Palaces de France - Homepage](#)
- [DUCO France Instagram](#)

Médiatisation Indagare

Promotion des épisodes

- Diffusion des épisodes dans **l'écosystème Indagare**
- Mise en avant éditoriale ciblée auprès d'une **audience haut de gamme, et prescriptrice**
- Relances stratégiques pour maximiser la **durée de vie des contenus**
- **Objectif** : prolonger la visibilité et **installer la narration dans le temps.**

Mise en avant éditoriale premium

- **Newsletter Feature**
 - . Intégration dédiée dans la newsletter Indagare
 - . Audience : **100 000 abonnés qualifiés**
 - . Positionnement au sein d'un environnement éditorial sélectif
 - **Indagare.com – Homepage Feature**
 - . Présence en page d'accueil
 - . Landing Page dédiée
 - . Présence sur la *Palace Hotels Collection Page*
 - . Visibilité maximale auprès des visiteurs actifs du site
 - **Passport to Everywhere Podcast – Advertisement/Plug**
 - . Mention / promotion intégrée dans le podcast
 - . Ciblage d'une audience engagée, amatrice de voyages haut de gamme
- Objectif** : toucher une audience captive et à fort pouvoir d'influence.
- **Réseaux sociaux**
 - . Activation auprès de **+80 000 followers**
 - . Contenus natifs et relais éditorialisés

KPIs – Médiatisation des premiers contenus par Indagare

VISIBILITE GLOBALE

- **20K+ vues** – Épisode 1 & vidéos promotionnelles
- **375K+ impressions** – Newsletter
- **20K impressions** – Site internet
- **33K impressions** – Instagram
- **10K exemplaires** – Magazine print (2 numéros / 5K membres)
- **375+ téléchargements** – Podcast

PERFORMANCE PAR CANAL

Newsletter – *What Is a Palace de France Hotel?*

- **46 523** personnes touchées
- Taux d'ouverture : **8,59 %**
- Taux de clic : **2,54 %**

YouTube – Épisode 1 + 2 Shorts

- **20 300** vues
- **483** likes

Instagram – Carousel Announcement

- **11 047** vues
- **361** interactions (289 likes, 59 sauvegardes, 13 partages)

4

Visibilité générée hors monétisation
2024-2025

Retombées Presse - Articles 2024

Titre presse	Lien vers article	Reach	Valeur publicitaire
Michelin Guide	https://guide.michelin.com/sg/en/article/travel/all-the-key-hotels-france-michelin-guide-2024	3.9 M	36.1K
Elite traveler	https://elitetraveler.com/travel/hotel-news/best-hotels-in-paris	199K	1,84
Islands Magazine	https://www.islands.com/1715628/most-luxury-luxurious-hotels-paris-france/	2.7 M	25K
One Mile at a time	https://onemileatatime.com/reviews/hotel-de-crillon-paris-rosewood/	1.35 M	12.5K
Afar	What Are Palace Hotels in France? - AFAR	986 899K	A venir
So Scottsdale	So Scottsdale April 2025	25K	A venir

Retombées Presse - Articles 2025

Titre presse	Lien vers article	Reach
AFAR – Palace Hotels in France	AFAR – Palace Hotels in France	967 K reach
Michelin Guide – Michelin Key Hotels	Michelin Guide – Michelin Key Hotels	5.37 million reach
The Culture Trip – Best Hotels in Paris	The Culture Trip – Best Hotels in Paris	509 K reach
CoStar – French Palace Hotels	CoStar – French Palace Hotels	778k reach
Luxury Travel Report	Selling France at the Highest Level: Understanding the Palace Hotel Designation	A venir

Promotion des contenus

Utilisation des contenus à disposition selon opportunité(s)

- Diffusion des vid es sur  v nements haute-contribution/luxe

Exemples :

. **Allemagne/Autriche** : Diffusion en boucle de la vidéo teaser pendant l'événement France Excellence - Octobre 2024

. **Royaume-Uni** :  v nement Virtuoso,  ducation sur la distinction Palace pendant RDV de 9min + diffusion du teaser vidéo
- Novembre 2024

- Communication dans parutions diverses selon opportunité

Exemple

. **Inde** : Page de publicité dans un supplément B2C luxe de 20 pages diffusé avec l'édition de novembre 2024 du magazine Conde Nast Traveller India. 25,000 ex par trimestre, lectorat : 100,000.

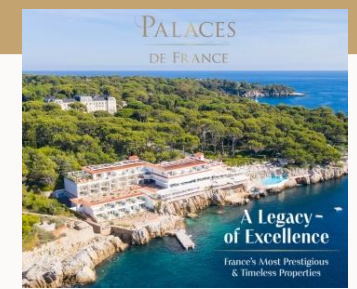
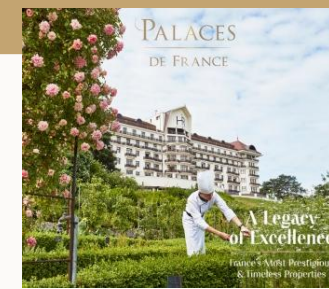
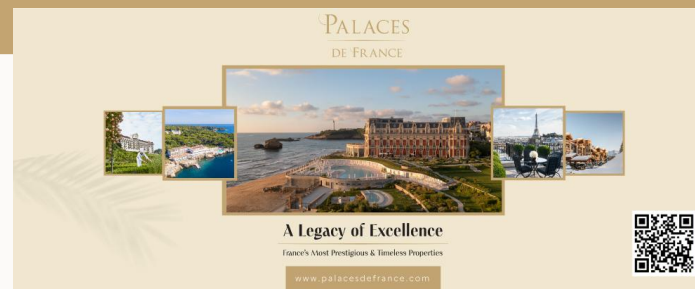
En complément, 11000 exemplaires pour une diffusion auprès de l'audience B2B du bureau indien Atout France et le réseau de l'Ambassade et les consulats pan India.

Diffusion du supplément sur les salons B2B du bureau Atout France Inde.
Publicité sur 4 me de couverture - CVP = 3000 Euros.

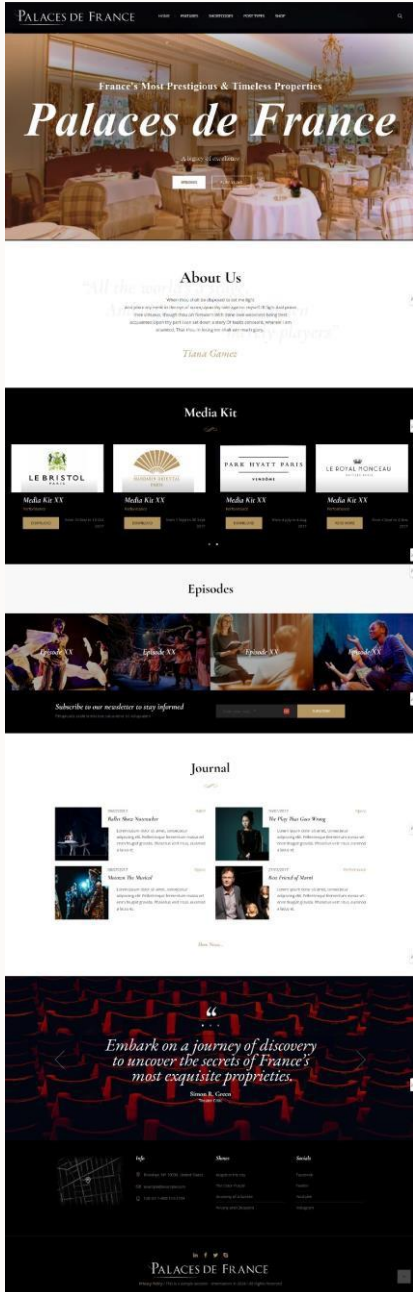
- Communication auprès d'un public B2B et/ou B2C

. **Australie** : Bannières qui renvoient vers le site internet de campagne sur le site de ressources agents Travel Trade Connect (900 agents de voyages en majorité indépendants)

Post sur LinkedIn / EDM Atout France target France Connaisseur : 103 sent ; 50% open rate / EDM Atout France B2B Loisir et MICE : 1542 sent ; 36% open rate / Newsletter Destination Webinaire : 3300 sent ; 40% open rate



Page d'atterrissage et contenus



Video
teaser

Section About
US

Media Kit

Episodes

Articles

Quotes

Contenus accessibles sur :
www.palacesdefrance.com

KEY METRICS

- **7,200** views
- **3,400** visitors
- **+166%** views
- **+223%** visitors

Base de données Atout France Etats-Unis

POST LINKEDIN

- **1 144** impressions | **608** personnes atteintes | **228** interactions | **192** clics
- **Taux de clic (CTR) : 16,8 %**
- **Engagement : 19,9 %**

→ Performance organique solide, engagement élevé

ENEWSLETTER B2C

- **Taux d'ouverture : 24,5 %** | **16 465** ouvertures | **449** clics
- **CTR : 2,7 %** | **86** clics vers l'épisode 2 | **20 clics vers le site**

→ Performance solide en milieu de funnel

PALACES
DE FRANCE

A Legacy of Excellence
France's Most Prestigious & Timeless Properties

www.palacesdefrance.com

Dear Friends,

Prepare to step into the world of ultimate French luxury. We're delighted to unveil a special 3-part series dedicated to the Palaces de France, 31 extraordinary hotels that define the pinnacle of elegance, service, and breathtaking locations. From Paris to the seaside, the countryside to the mountains, each Palace offers a unique blend of French sophistication and unparalleled hospitality.

Our series begins with the release of the first episode A Distinction Defined, exploring what makes these establishments truly exceptional.

Episode 1 : A Distinction Defined

In the future episodes to follow, we'll take you behind the scenes to meet the talent shaping unforgettable experiences, savor their Gastronomy and Art de Vivre, admire their Architecture and Design, and celebrate their commitment to Sustainability.

Journey with us across France—from the iconic landmarks of Paris to the tranquil countryside, the breathtaking mountains, and the sparkling coastlines—and discover the art of living that defines the Palaces de France. Stay tuned for the upcoming episodes in our series to delve deeper into their world of excellence.

[Click for more information](#)

Explore France™

Would you like to change how you receive these emails?
Please [update your preferences](#) or [unsubscribe from this mailing list](#).

AIR FRANCE

Magazine EnVols
n°20 d'août-septembre
Publi-rédactionnel d'1 page



Diffusion : 150 000 exemplaires

Distribués dans :

- Les salons Air France et les salles d'embarquement des aéroports Paris-CDG & Paris-Orly
- Une sélection d'hôtels
- L'application Air France Press pour sa version numérique

ENVOLS, LE MAGAZINE DE L'ÉVASION.

Avec son positionnement mixte et premium, ce bimestriel entièrement bilingue (français-anglais) pose un regard inédit, à la fois sophistiqué et authentique, élégant et impertinent, sur le voyage, le style, les arts, la culture, déployé à chaque numéro autour d'une thématique différente.

LES ÉTABLISSEMENTS LES PLUS PRESTIGIEUX ET EMBLÉMATIQUES *DE FRANCE*

DÉCOUVREZ L'UNIVERS DES PALACES DE FRANCE, JOYAUX D'ÉLÉGANCE ET DE SAVOIR-FAIRE, SYMBOLES DU LUXE À LA FRANÇAISE ET AMBASSADEURS D'UN ART DE VIVRE INTÉMPOREL.

A LEGACY OF EXCELLENCE – FRANCE'S MOST PRESTIGIOUS AND TIMELESS PROPERTIES

DISCOVER THE WORLD OF PALACES DE FRANCE, PARAGONS OF ELEGANCE AND EXPERTISE, SYMBOLS OF FRENCH LUXURY AND AMBASSADORS OF A TIMELESS ART DE VIVRE.

Bien plus qu'un classement cinq étoiles, la distinction Palace consacre une poignée d'hôtels d'exception qui incarnent le sommet du luxe à la française. Situés à Paris, sur le littoral, à la montagne ou à la campagne, ces établissements illustrent une vision exigeante de l'hospitalité, alliant excellence, raffinement et service personnalisé.

À travers une série vidéo en cinq volets, *Palaces de France – A Legacy of Excellence* explore l'essence même de ces lieux emblématiques. De la rigueur des critères de sélection à la passion des équipes en coulisse, chaque épisode dévoile une facette unique de la distinction Palace. Gastronomie d'exception, architecture inspirée, design raffiné et engagement environnemental y composent une expérience à part, façonnée par le savoir-faire et l'art de vivre français.

Les palaces de France ne sont pas seulement des destinations : ils sont le reflet vivant d'un patrimoine d'excellence, d'innovation et de transmission ; une invitation à découvrir la quintessence du luxe responsable, pensé pour aujourd'hui et demain. ●

www.palacesdefrance.com
Page réalisée en partenariat avec Palaces de France.

Well beyond the five-star rating, the Palace distinction is awarded to a select few exceptional hotels that embody the pinnacle of French luxury. Whether located in Paris, on the coast, in the mountains or in the countryside, these establishments exemplify a demanding vision of hospitality, combining excellence, refinement and personalised service.

A five-part video series, "Palaces de France – A Legacy of Excellence", explores the very essence of these iconic venues. From the rigorous selection criteria to the enthusiastic teams behind the scenes, each episode reveals a unique facet of the Palace distinction. Exceptional dining, inspiring architecture, refined design and environmental responsibility all create a unique experience, shaped by French expertise and art de vivre.

The Palaces de France are not mere destinations: they embody a living legacy of excellence, innovation and enduring tradition. An invitation to discover quintessentially responsible luxury, designed for the present and the future. ●

www.palacesdefrance.com
Page created in partnership with Palaces de France.

PALACES
DE FRANCE



Exposition « Arts de vivre à la française » - Chengdu - Chine

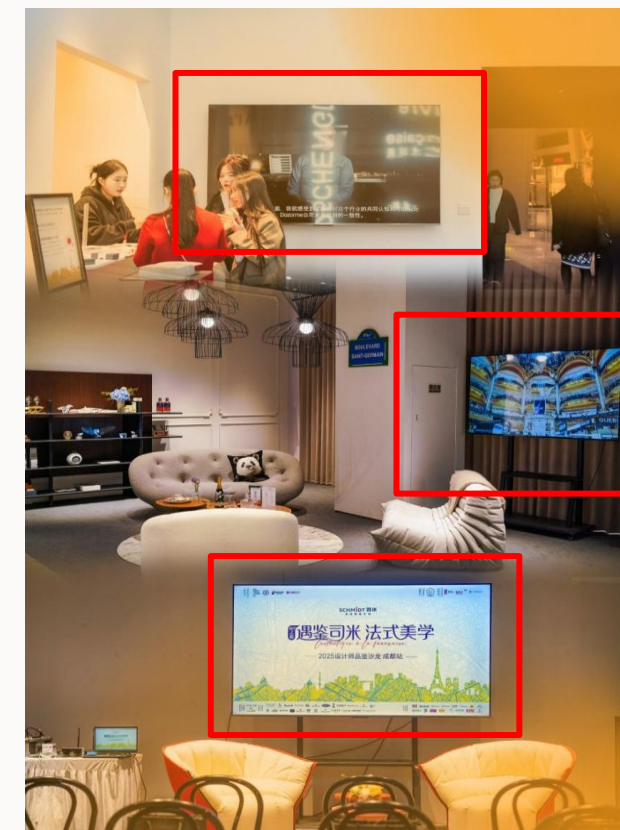
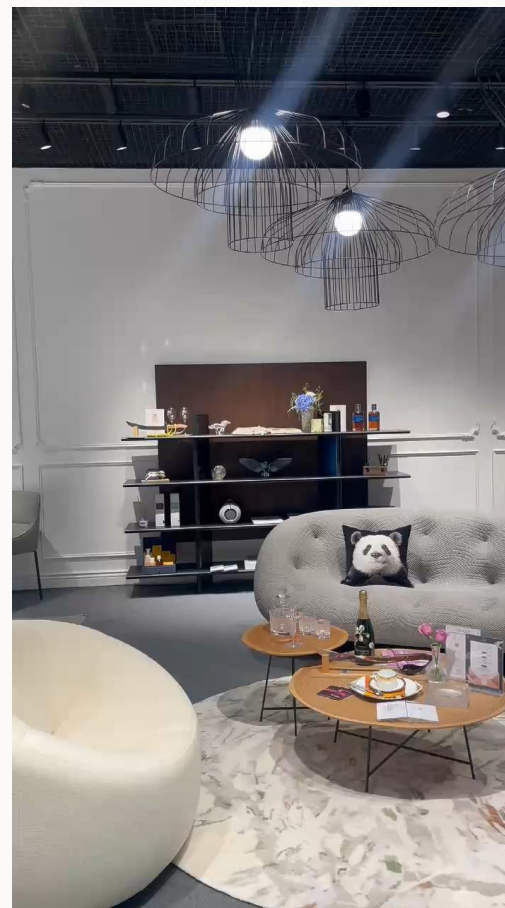
13 novembre 2025 – organisé par Business France

Aux côtés de **FRANCÉCLAT** et de **FRANCE FURNITURE**, **ATOUT FRANCE** enrichit l'événement en révélant la destination France et en mettant en lumière l'excellence du savoir-faire français.

25 Maisons d'excellence françaises (design, mobilier, art de la table, textile de maison, beauté, parfumerie et joaillerie-mode)

Diffusion vidéo Palaces de France
en boucle aux côtés des exposants sur 3 écrans positionnés au cœur du salon d'exposition

- 10 journalistes/influenceurs locaux spécialisés en voyage et lifestyle invités par Atout France à l'inauguration de l'exposition
- Action de presse complémentaire B2B sur le marché chinois et communication 2C
- Communiqué de presse à 100 + médias clés pour la promotion touristique en Chine
- Plan de promotion sur réseaux sociaux chinois (Weibo, Wechat, Wechat pro, Rednote).





5

Exposition internationale soutenue
par un plan média dédié
2025

ETATS-UNIS

INTERNOVA – Etats-Unis

Déploiement stratégique de l'initiative *Palaces de France*

Objectifs marketing

- Sensibiliser & former** le réseau d'agents Internova
- Créer une forte visibilité** auprès des conseillers voyages luxe
- Activer une communication multicanale** (plateforme + email)
- Générer des leads qualifiés** vers l'offre *Palaces de France*

Présence pérenne (evergreen)

- **Espace dédié *Palaces de France* sur **Agent Universe****
- Contenus experts accessibles **en continu** au réseau

Activation email B2B — octobre 2025

5 campagnes (dédiées & hebdomadaires)
→ **Audience ciblée : 61K+ contacts uniques**
par envoi

Taux d'ouverture premium : 41–46 %

Présence Mondiale

6 000+ agences à
travers le monde

100 000+
conseillers en
voyages

Leader du Marché

Premier vendeur de
croisières, voyages de
luxe et forfaits

BRESIL

Brésil – Événement France Excellence

Une visibilité institutionnelle, éditoriale et expérientielle à 360°, positionnant les Palaces de France comme référence du luxe français sur le marché brésilien

Un événement signature autour du “Luxe à la française”

- Événement créé par **Atout France Brésil**
- Networking & réflexions stratégiques autour du luxe français
 - Immersion premium dédiée au Trade brésilien
 - **Palaces de France sponsor officiel**

Chiffres clés

- **179 buyers**
- **42 médias présents**
- **72 articles publiés**
- 4 conférences – 9 intervenants
- 187 participants au cocktail d'ouverture
- 144 participants aux conférences (dont 31 journalistes)



Une plateforme stratégique réunissant décideurs, médias et leaders d'opinion du marché brésilien

Brésil – Evénement France Excellence

Visibilité & prise de parole Palaces de France

Présence institutionnelle forte

- Mention dans les **discours d'ouverture**
- Diffusion du **teaser Palaces** (formats horizontal & vertical)
- Projection de **2 épisodes de la série** (40 min – déjeuner presse)

Présence marque omnicanale sur site

- Logo sur backdrop, totems, sacs, menus, macarons
- Logo sur supports conférence & templates PowerPoint
- Logo sur invitation cocktail & key visual
- Présence sur application & écrans événementiels



Visibilité continue et immersive tout au long de l'événement

Brésil – Événement France Excellence

Rayonnement média & digital

Relations presse

- **42** médias présents
- **72** articles publiés
- Press Kit édité à **35** exemplaires
- Diffusion du **livret** “*L’Art de ReVivre à la Française*”
 - . 8 000 abonnés du magazine Versatille
 - . Page de publicité dédiée



Présence digitale

- **Mention** “En partenariat avec Palaces de France” sur l’ensemble des posts
- **Logo** sur les posts countdown
- **Post dédié** sponsor officiel
- Présence sur le **site France Excellence**



Une visibilité institutionnelle, éditoriale et expérientielle à 360°, positionnant les Palaces de France comme référence du luxe français sur le marché brésilien

ROYAUME-UNI

Royaume-Uni – Connections Luxury

Une campagne multi-leviers auprès des acheteurs senior du voyage de luxe

- **Email dédié exclusif**

Communication directe et personnalisée auprès d'une audience décisionnaire

- **Newsletter Connections Luxury**

Mise en avant auprès des acheteurs et fournisseurs du réseau mondial

- **Hébergement vidéo premium**

Vidéo teaser de 2min17 sec hébergée pendant 1 mois sur la plateforme communautaire

Audience ciblée & visibilité premium

- **3 000 acheteurs** senior du voyage de luxe à travers le monde
- **17 000 abonnés** sur les réseaux sociaux
 - **19 700 impressions**
- Publication sur Instagram, Facebook et LinkedIn, avec mise en avant dans le canal exclusif Instagram

The screenshot shows a website with a dark green background. At the top, it says 'connections' and 'A Legacy of Excellence'. Below that, there's a video player showing a man in a tuxedo. The main text reads: 'DISCOVER THE WORLD OF PALACES DE FRANCE, PARAGONS OF ELEGANCE AND EXPERTISE, SYMBOLS OF FRENCH LUXURY AND AMBASSADORS OF A TIMELESS ART DE VIVRE.' There are three small images of different palaces below. At the bottom, it says 'Explore France' and 'Powered by Abau France'.

The screenshot shows the website's navigation menu on the left with options like 'Home', 'Buyer Members', 'Supplier Companies', etc. The main content area features a video player for 'Palaces de France, A Legacy of Excellence' with a 'Watch now' button. Below the video, there are logos for 'BOSCOLO' and 'CULLINAN'. A 'Member Spotlight' section is also visible at the bottom.

The screenshot shows a LinkedIn post from 'Connections Way' dated 22 July at 10:00. The post title is 'Palaces de France, A Legacy of Excellence' and includes a video player. The text describes the series as a 5-part video series capturing the spirit of French excellence. It lists the parts: 1. A Distinction Defined, 2. Behind-the-Scenes, 3. Art de Vivre & Gastronomy, 4. Architecture, Design & Innovation, and 5. Sustainability: Shaping the Future of the Palace Legacy. The post includes the website URL 'www.palacesdefrance.com' and several hashtags.

The screenshot shows a Facebook post from 'Connections Luxury' dated 22 July at 10:00. The post title is 'Palaces de France - A Legacy of Excellence' and includes a video player. The text describes the series as a 5-part video series capturing the spirit of French excellence. It lists the parts: 1. A Distinction Defined, 2. Behind-the-Scenes, 3. Art de Vivre & Gastronomy, 4. Architecture, Design & Innovation, and 5. Sustainability: Shaping the Future of the Palace Legacy. The post includes the website URL 'www.palacesdefrance.com' and several hashtags.

The screenshot shows an Instagram post from 'connectionsway'. The post features a video player showing a view of a palace building. The caption reads: 'Dive into the 5-part video series that captures the spirit of French excellence: Part 1: A Distinction Defined, Part 2: Behind-the-Scenes, Part 3: Art de Vivre & Gastronomy, Part 4: Architecture, Design & Innovation, Part 5: Sustainability: Shaping the Future of the Palace Legacy. From iconic addresses to hidden gems, discover what makes the Palace distinction so exceptional.' The post includes the website URL 'www.palacesdefrance.com' and several hashtags.

The screenshot shows a LinkedIn post from 'connectionsway' dated 22 July at 10:00. The post title is 'Palaces de France, A Legacy of Excellence' and includes a video player. The text describes the series as a 5-part video series capturing the spirit of French excellence. It lists the parts: 1. A Distinction Defined, 2. Behind-the-Scenes, 3. Art de Vivre & Gastronomy, 4. Architecture, Design & Innovation, and 5. Sustainability: Shaping the Future of the Palace Legacy. The post includes the website URL 'www.palacesdefrance.com' and several hashtags.

Royaume-Uni - TTG Media Luxury

Une campagne multi-leviers performante auprès d'une audience luxe qualifiée

Un dispositif éditorial premium

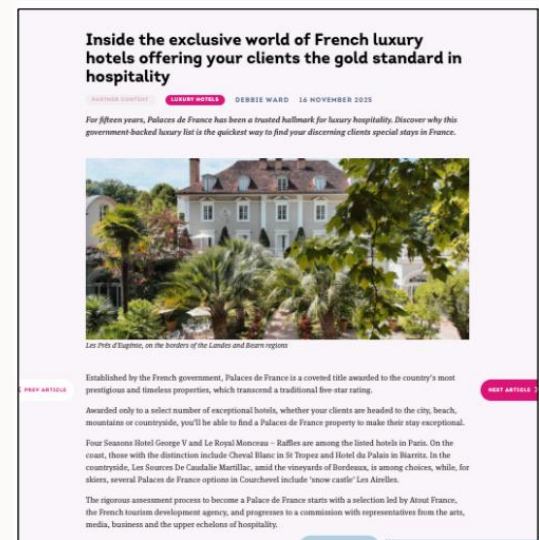
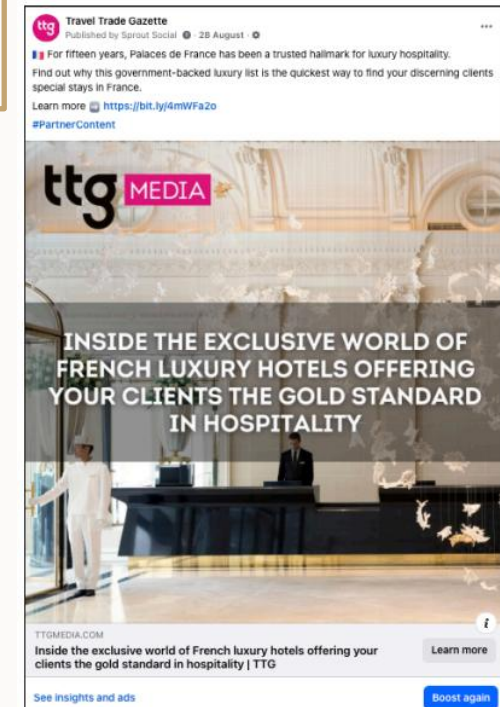
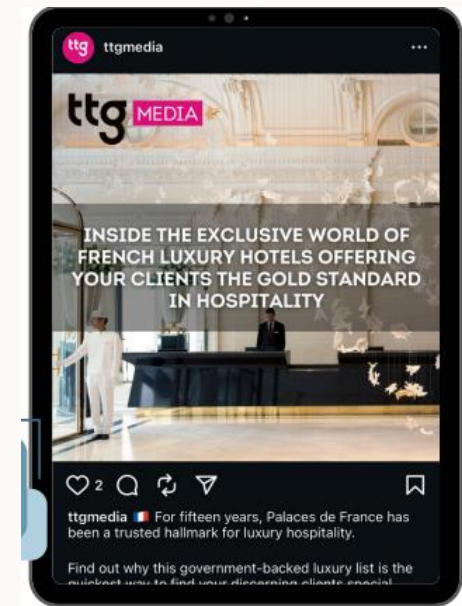
- Email exclusif dédié
- Prise de contrôle newsletter luxe
- Publiportage online avec vidéo intégrée

Base activée & visibilité premium

- +9 700 abonnés ciblés
- Readership : 16 516
- Impressions : 6 150
- Page views Online Advertorial : 280 (*visites par des professionnels du voyage qualifiés*)

Des performances email au-dessus des objectifs

- 41.83% OR (vs 25% KPI)
- 34.48% OR (vs 25% KPI)
- Résultats supérieurs aux attentes



Royaume-Uni – Événement Prestige France

Londres | 14 octobre 2025 - Résidence de Mme l'Ambassadrice de France au Royaume-Uni

Un événement signature au service du rayonnement de la destination France

- Événement organisé par **Atout France Royaume-Uni**
- Mise en lumière de **l'excellence de l'hôtellerie haut de gamme**, des savoir-faire et du patrimoine vivant français
- Cadre prestigieux au cœur de Londres
 - **Palaces de France sponsor de l'événement**

Chiffres clés

- **84 invités au total**
 - .40 professionnels BtoB
 - .Plus de 30 VIP
 - .10 médias présents



Un programme à forte valeur stratégique

- **Workshop BtoB** en partenariat avec TTG Luxury
- **Panel exclusif “Tendances Luxe Cross-Canal”**
 - . CEO – The Travel Division of Quintessentially
 - . UK Head – Walpole (équivalent britannique du Comité Colbert)
 - . Air France La Première
 - . François Delahaye – CEO, Hôtel Plaza Athénée (Dorchester Collection Paris)
- Session animée par la Rédactrice en Chef de TTG Luxury
- Ouverte à la presse et aux influenceurs
 - **Soirée Networking VIP**



Royaume-Uni – 360 Private Travel

360 Inspire Event 2025 - 25 & 26 novembre

Une présence stratégique auprès des acheteurs haut de gamme

- Intervention officielle Atout France UK dédiée à la **promotion de la distinction Palaces de France**
 - Projection du **film Palaces** (2 min 03)
 - Audience de **70+ acheteurs luxe**
- Échanges personnalisés avec **73 agences haut de gamme**



Couverture & relais de communication

- **Relais digital & print** : newsletters, site web, Instagram B2B & B2C
- Mentions **avant, pendant et après** l'événement auprès de la base clients
- **Discours officiel** lors du dîner networking

Visibilité renforcée de la distinction Palaces de France

- **Mise en avant** sur l'application événement (logo + mention dédiée)
- Présentation du **site** et de la série de **vidéos Palaces**
- Présence sur l'ensemble des supports événementiels : Application, Menus, Slides, Photo wall



SUISSE

CÔTE MAGAZINE – SUISSE

Une exposition premium sur deux marchés stratégiques
(Suisse romande & alémanique) – Septembre 2025

4 pages rédactionnelles
dédiées aux *Palaces de France* (GE & ZU)

Relais digital & institutionnel

- Post éditorial digital
- Relais sur le site *Actualités Atout France*
- [Article en ligne](#) pérenne

Diffusion totale :
43 046 exemplaires
Genève : 22 269
Zurich : 20 777

→ **Ciblage d'une audience internationale à fort pouvoir d'achat, voyageurs et prescripteurs**

Performance digitale mesurée

7 294 followers exposés via les réseaux sociaux
2 600 clics qualifiés vers l'article

→ **Fort intérêt pour l'offre Palace et l'excellence hôtelière française**



Photos © Artes

Palaces de France: l'excellence à la française

Rares et iconiques, les Palaces incarnent l'hospitalité française dans sa forme la plus noble. À travers la série vidéo Palaces de France - A Legacy of Excellence, partez à la découverte d'un art de vivre unique où excellence, tradition et durabilité se conjuguent dans les plus belles adresses de France.

Rare and iconic, Palaces embody French hospitality at its finest. Through the video series Palaces de France - A Legacy of Excellence, discover a unique art of living where excellence, tradition, and sustainability come together in France's most prestigious destinations.

Bien au-delà des cinq étoiles, la distinction Palace incarne l'excellence absolue de l'hospitalité à la française. Rares sont les établissements à proposer à un prestataire une gamme d'adresses prestigieuses, rigoureuses entre Paris, la Côte, le littoral ou le campagne, où chaque détail reflète un savoir-faire d'exception, un engagement sans compromis et une exigence permanente de perfection. Ces lieux emblématiques ne sont pas de simples hôtels : ce sont des institutions vivantes, porteurs d'un héritage, d'une vision et d'une promesse. Celle de faire de chaque séjour une expérience mémorable, façonnée par l'attention, la générosité et l'élégance.

Beyond the five star rating, the Palace distinction represents the pinnacle of French hospitality. Only select establishments can claim this prestigious status: a handful of legendary hotels across Paris, the coast, the mountains, and the countryside—each one a sanctuary of exceptional craftsmanship, uncompromising refinement, and a relentless pursuit of perfection. These collaborative places are far more than hotels—they are living institutions, bearers of heritage, vision, and promise. The promise to transform every stay into a truly unforgettable experience, shaped by care, generosity and elegance.

Pour bien découvrir le réalisme de cette distinction, le film vidéo Palaces de France - A Legacy of Excellence offre une immersion inédite en cinq épisodes. De la diffusion au sein de Palaces à la mise en lumière de celles et ceux qui incarnent l'excellence hôtelière, chaque épisode révèle une facette singulière de cet univers d'exception.

To reveal the realism behind this unique distinction, the video series Palaces de France - A Legacy of Excellence offers an exclusive first-hand immersion. From defining what it means to be a Palace to shining a spotlight on the people who bring this world to life, each episode explores a singular facet of this exceptional universe.



Photos © L'Amal



L'art de vivre à la française, en majesté ! Cœur battant de la culture française, la gastronomie occupe une place centrale dans l'univers des Palaces. Ici, le repas devient un rituel. Chaque détail, chaque saisonnière et moment précieux reflète des expériences culinaires où la tradition côtoie l'innovation. Chaque plat, chaque accord mets vins, chaque service reflète un engagement absolu envers la qualité, la créativité et l'émotion. Mais au-delà des assiettes, c'est toute une culture de la table qui s'exprime : art de la table, dressings, vaisselle, grasseilles... Tout concourt à faire de chaque moment suspendu, une célébration du goût et du partage, à l'image du patrimoine gastronomique français classé à l'UNESCO.

The Art of French Living, in Full Splendor! At the heart of French culture, gastronomy holds a central place in the world of Palaces. Here, meals are not just served—they are celebrated. Meticulous attention to detail, seasonal specialties, and visionary innovations combine to ensure experiences where tradition meets innovation. Every dish, every wine pairing, every service reflects an unwavering commitment to quality, creativity, and emotion. But beyond the menu itself, it's the whole culture of the table that comes to life: tableware, dishes, porcelain, glasses... Everything contributes to transforming each meal into a suspended moment—a celebration of taste and togetherness, in the spirit of the UNESCO-listed French gastronomic heritage.



Photos © Palacios

Un monde à part, au service de l'excellence. Dès la première seconde d'un séjour, l'expérience Palace se distingue. Posture, valeurs, convictions : chaque geste, chaque mot, chaque attention est le fruit d'un professionnalisme rigoureux et d'une passion sincère pour l'humain. À ce niveau, rien n'a jamais pu. Devant chaque demande, aussi insolite ou ambitieuse soit-elle, se cache la volonté inébranlable de faire plaisir de manière humaine, de surprendre avec élégance.

Our Palaces are not just destinations of refined views and delectable delights. Governance, values, convictions, and the beauty of the service and the human touch are the heart of the experience. From the moment you arrive, every gesture, every word, every attention to detail reflects the highest standards of professionalism and a sincere passion for hospitality. At this level, "no" is not an option. Behind every request, however ambitious or unusual, lies an unwavering will to delight to create the moment and to surprise with elegance. Palaces also

assignent une mission et des valeurs. L'humanité, l'hospitalité, la beauté et l'harmonie sont au cœur de chaque expérience. Grâce à eux, chaque séjour est une promesse tenue de sérénité, de bien-être et de beauté.

Every Palace also has a mission and values. Humanity, hospitality, and beauty are the heart of the experience. Through their actions, every guest becomes a living promise of serenity, well-being, and beauty.

Un lieu d'avenir, responsable et inspiré. Fidèles à leur histoire mais résolument tournés vers demain, les Palaces de France s'engagent dans une démarche de durabilité authentique. Préoccupés de performance, efficaces, écoresponsables, ils investissent dans l'avenir. À la fois un fait marquant et l'essence même de leur identité, ces engagements sont au cœur de leur mission. Cette alliance unique entre tradition et innovation, excellence et responsabilité, constitue le socle d'un modèle hôtelière durable dans le monde entier. À travers cette série vidéo, les Palaces de France ouvrent leurs portes comme jamais auparavant, et invitent à découvrir les réalités d'un art de recevoir responsable.

Photos © Tom Clavier



Photos © Raphaël Rogel



Discouvrez la série "Palaces de France - A Legacy of Excellence". 3 épisodes pour explorer l'histoire de la France à la française. [palacesdefrance.com](https://www.palacesdefrance.com)

A Legacy for the Future: Conscious and Inspired. Rooted in tradition yet firmly oriented toward the future, France's Palaces are embracing a bold vision of sustainability. Heritage preservation, energy efficiency, smart supply chains, and social initiatives—luxury is evolving into conscious care, and prestige hospitality is adapting to modern challenges without ever compromising on excellence. This unique alliance of tradition and innovation, excellence and responsibility, forms the foundation of a hospitality model resilient across the globe. Through this video series, Palaces de France open their doors like never before, inviting viewers to discover the backbone of an unparalleled art of hospitality.

Photos © Marc Benninger



Discouvrez la série "Palaces de France - A Legacy of Excellence". 3 épisodes pour explorer l'histoire de la France à la française. [palacesdefrance.com](https://www.palacesdefrance.com)

MULTI-MARCHÉS

AIR FRANCE – Etats-Unis et Suisse

Salons Air France : DOOH - Le réseau d'écrans « Privilège »
1 mois de diffusion - Août 2025

Localisation des écrans :

- **Los Angeles LAX**
- **San Francisco SFO**
 - **New York JFK**
 - **Chicago IAD**
 - **Genève GVA**

Diffusion du film

- **8 écrans DOOH** au total
- **≈ 300 diffusions / jour / écran**
- **31 jours de diffusion**
- **→ 74 400 diffusions cumulées** sur la période

Audience exposée

- **69 560 clients** fréquentant les salons sur le mois d'août
- Clients **Air France** et **compagnies partenaires SkyTeam**



*photos non contractuelles

DOOH - AÉROPORTS PRIVÉS – Suisse & Royaume-Uni

Septembre 2025 – 1 mois de diffusion



GB Signature Flight Support – Luton

- . 5 écrans
- . 934 vols
- . 3 269 passagers (approx.)
- . 63 360 impressions

CH AirService Basel Network

- . 3 écrans
- . 408 vols
- . 1 428 passagers (approx.)
- . 31 360 impressions

Une visibilité DOOH à forte valeur ajoutée, au cœur des flux de voyageurs ultra-premium en Suisse et au Royaume-Uni.

DUCO France – Plan de communication

Activation post-événement auprès des Buyers 2025

Dispositif déployé

- 1 post Instagram sur les comptes @ducofrance & DUCO Travel Summit
- 1 newsletter dédiée adressée à l'ensemble des Buyers DUCO France 2025

Instagram

*Palaces de France –
Carousel*

15 décembre 2025

→ Format galerie
immersive

+ de 1K
impressions



Newsletter DUCO

- Présentation & promotion des Palaces de France
- Affirmation de la France comme référence ultime de l'hôtellerie d'excellence
- Ciblage : Buyers DUCO France 2025

204 envois

75% de taux d'ouverture



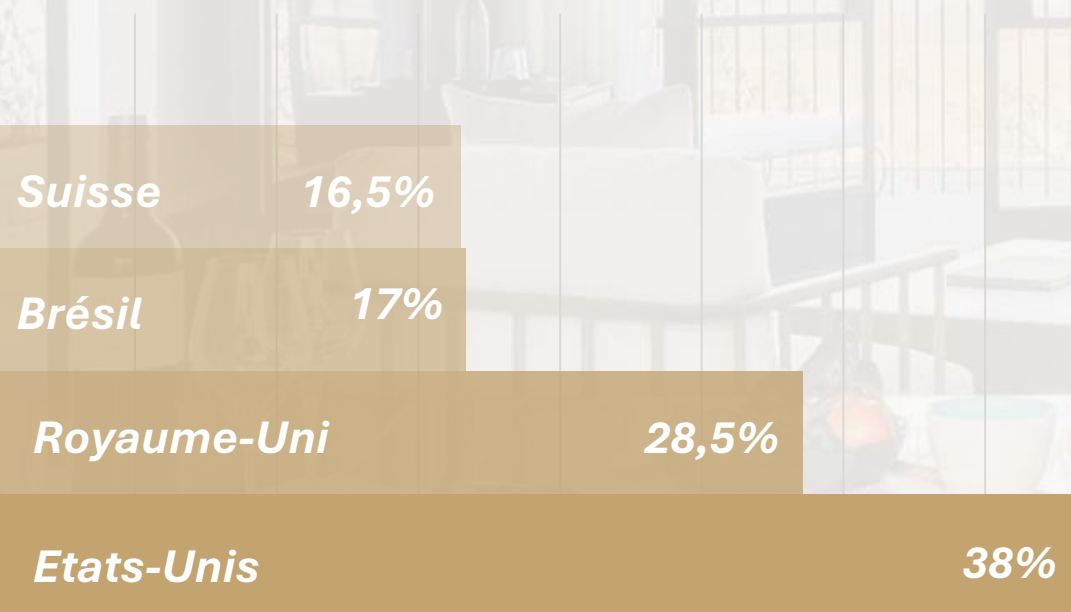
RÉPARTITION BUDGET

RÉCAPITULATIF BUDGÉTAIRE 2025

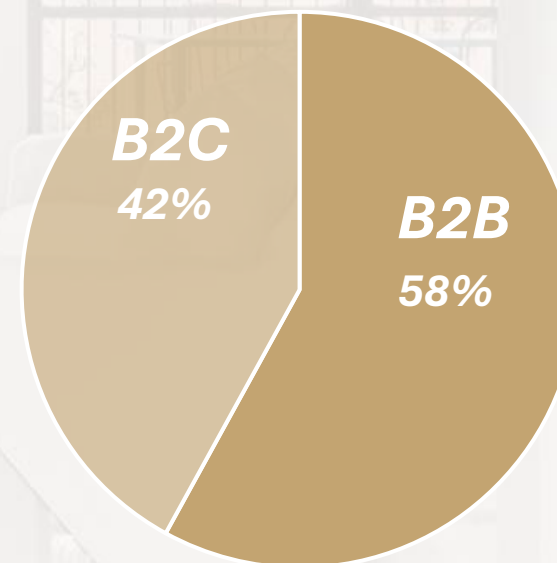
Campagne internationale de notoriété – Palaces de France

168 500€

Répartition du budget par marché



Répartition B2B-B2C



. Report budgétaire des fonds 2025 à hauteur de 45K€ sur les activations de la campagne 2026

6

Accueil de presse multi- palaces

Action à la carte complémentaire

Accueil de presse multi-palaces

Les Sources de Caudalie x Les Prés d'Eugénie x Hôtel du Palais Biarritz

Du mercredi 12 au samedi 15 novembre 2025

Objectifs

Porter et faire rayonner les valeurs de la distinction Palaces de France en permettant aux journalistes de vivre une **expérience immersive**

Cible

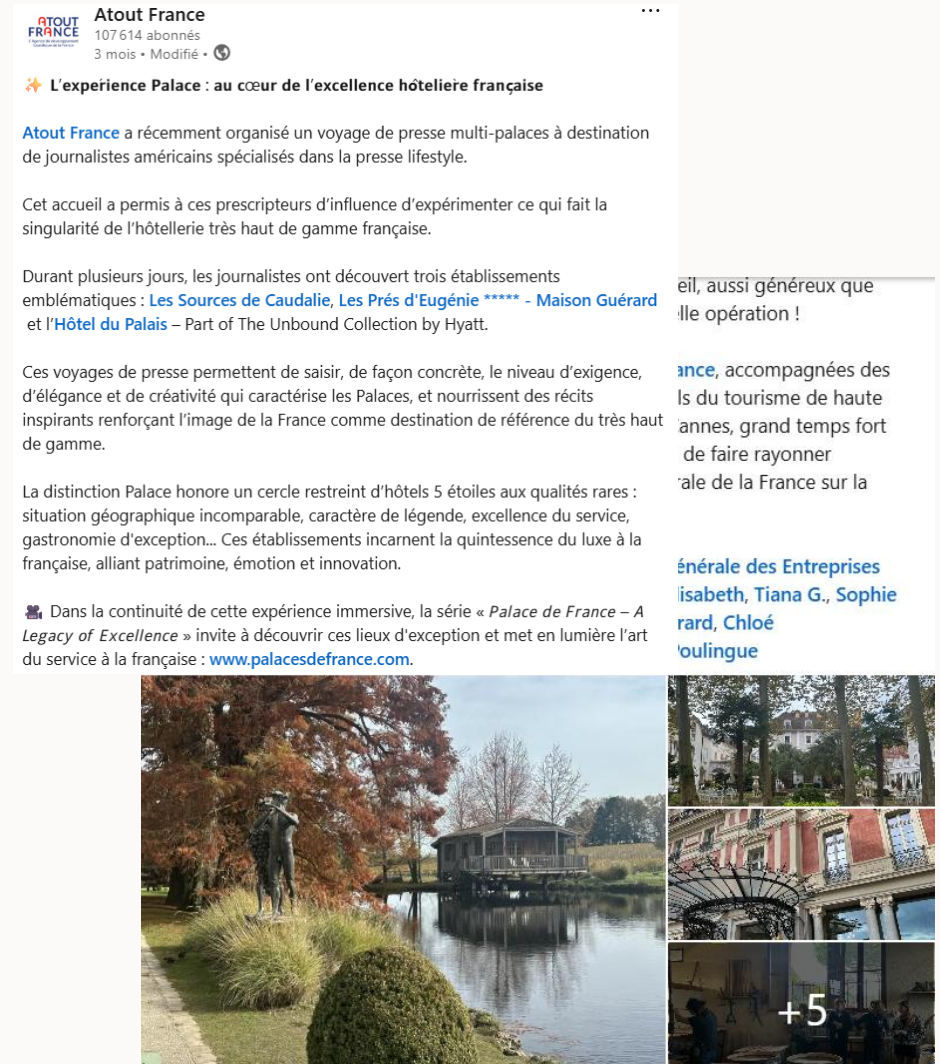
Presse lifestyle internationale
(correspondants basés en France/Europe)
Marché : **Etats-Unis**

Format

3,5 jours / 3 nuitées
1 jour/1 nuitée/ 1 déjeuner / 1 dîner / 1 activité dans chaque Palace

Journalistes freelance participants et retombées presse à date

- **Catherine Tansey**, Dossier Magazine
Parution prévue le 12 avril 2026
- **Alec Lobrano**, AirMail, Galerie, France Today
Articles prévus dans Airmail et France Today, parutions à venir
- **Carole Rosenblat**, Robb Report, Travel + Leisure, National Geographic
En attente
- **Mary Winston Nicklin**, Afar / Condé Nast Traveler / Luxury Travel Advisor
Parutions prévues à venir dans AFAR et Condé Nast Traveler
Article paru dans Luxury Travel Advisor : [Beyond Five Stars: France's Luxury Palace Hotels Revealed](#) (31 420 Reach)



Atout France
107 614 abonnés
3 mois • Modifié •

✦ **L'expérience Palace : au cœur de l'excellence hôtelière française**

Atout France a récemment organisé un voyage de presse multi-palaces à destination de journalistes américains spécialisés dans la presse lifestyle.

Cet accueil a permis à ces prescripteurs d'influence d'expérimenter ce qui fait la singularité de l'hôtellerie très haut de gamme française.

Durant plusieurs jours, les journalistes ont découvert trois établissements emblématiques : **Les Sources de Caudalie**, **Les Prés d'Eugénie ***** - Maison Guérard** et **l'Hôtel du Palais** – Part of The Unbound Collection by Hyatt.

Ces voyages de presse permettent de saisir, de façon concrète, le niveau d'exigence, d'élégance et de créativité qui caractérise les Palaces, et nourrissent des récits inspirants renforçant l'image de la France comme destination de référence du très haut de gamme.



La distinction Palace honore un cercle restreint d'hôtels 5 étoiles aux qualités rares : situation géographique incomparable, caractère de légende, excellence du service, gastronomie d'exception... Ces établissements incarnent la quintessence du luxe à la française, alliant patrimoine, émotion et innovation.

📌 Dans la continuité de cette expérience immersive, la série « *Palace de France – A Legacy of Excellence* » invite à découvrir ces lieux d'exception et met en lumière l'art du service à la française : www.palacesdefrance.com.

eil, aussi généreux que
lle opération !

ance, accompagnées des
ls du tourisme de haute
annes, grand temps fort
de faire rayonner
ale de la France sur la

énérale des Entreprises
isabeth, Tiana G., Sophie
rard, Chloé
oulingue



ACTIVATEUR DE
TOURISMES