



L'ART
DE
RE
VIVRE
À LA
FRANÇAISE

ATOUT
FRANCE
Agência de Desenvolvimento
Turístico da França



IVe édition

FRANCE EXCELLENCE

17 > 19 sept. 2024

Rapport d'Opération

Explore France™



Objectif

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

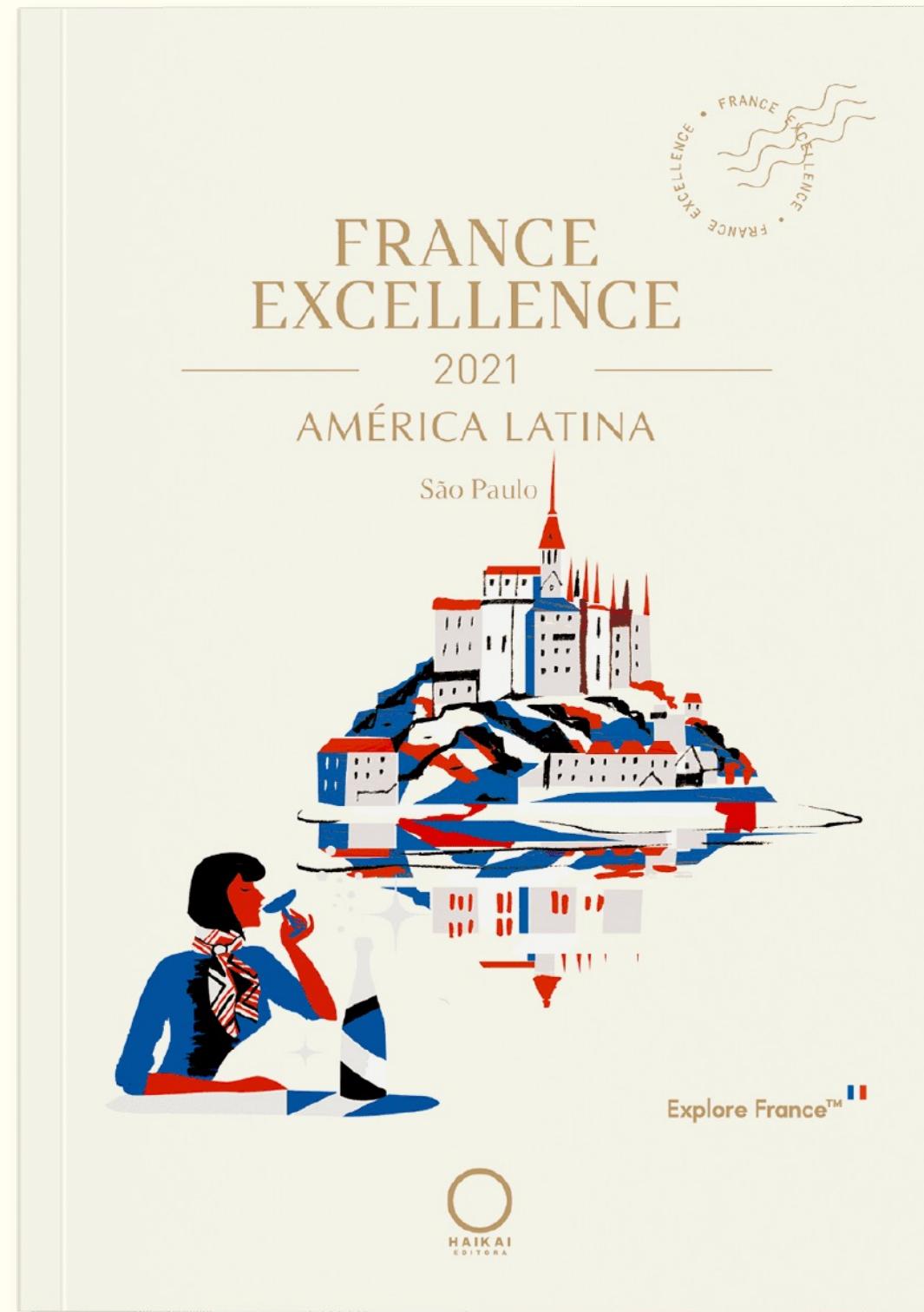
7.

Business leads

Concept

Un événement alliant networking
et réflexion sur le luxe à la française

Chaque année, une thématique



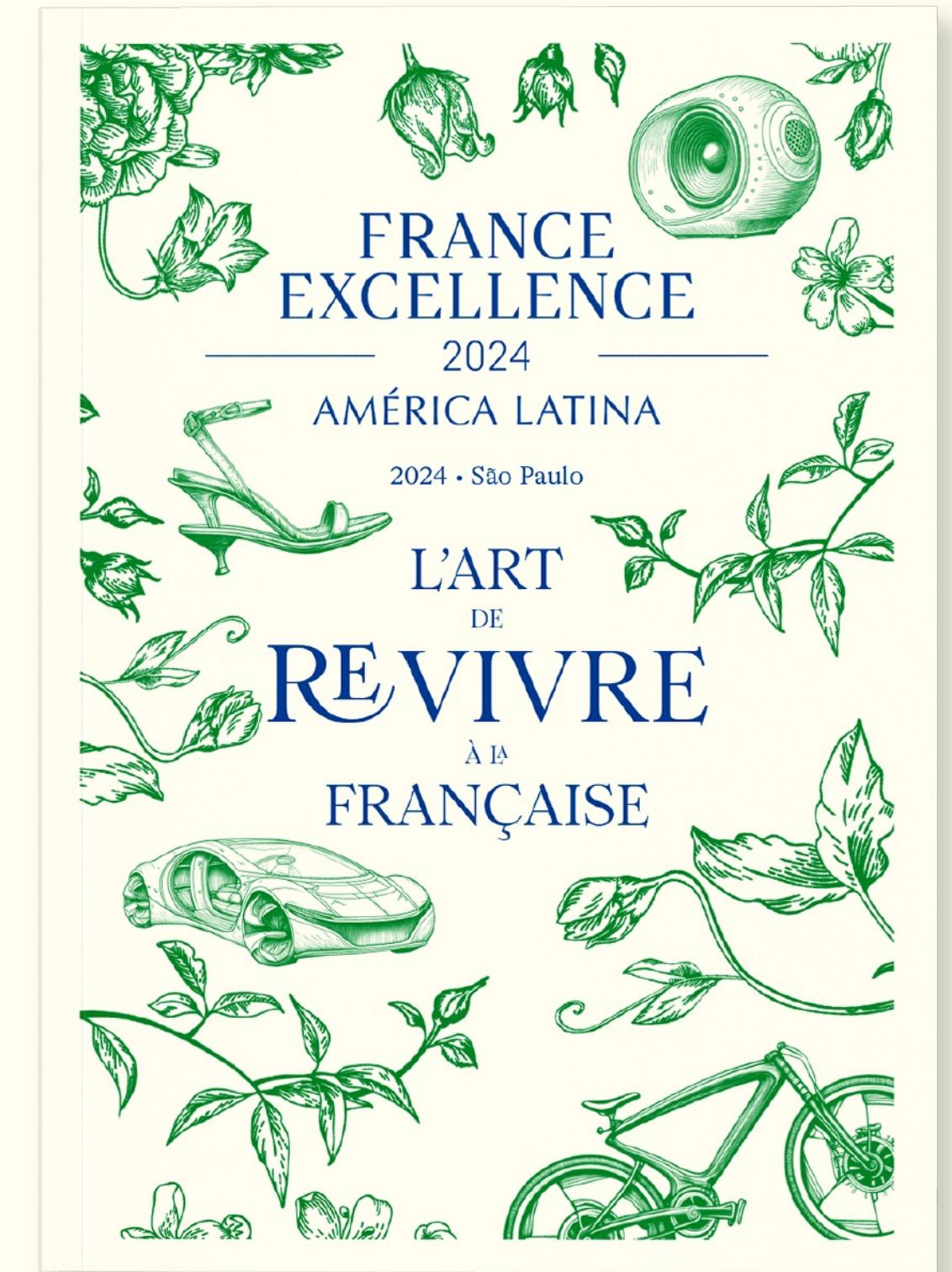
2021



2022



2023



2024



L'ART DE RE VIVRE À LA FRANÇAISE





L'art de vivre à la française est un concept qui prend racine dans l'histoire et la culture de la France et qui représente une manière particulière d'aborder la vie.

Le goût, l'esthétique, le sens du détail, l'exigence et la recherche de plaisir dans tous les aspects de la vie sont autant d'éléments de cette véritable philosophie.

Le luxe à la française en est le fruit.



L'art de (RE)vivre à la française

Aujourd'hui, la nécessité d'une approche écologique et socialement responsable influence cet art de vivre à la française et le fait évoluer.

La durabilité devient un élément clé de l'art de vivre à la française, avec un accent mis sur la préservation des ressources naturelles, la réduction des déchets et la promotion de pratiques respectueuses de l'environnement.



Le mariage entre luxe, durabilité et art de vivre à la française représente une évolution contemporaine vers une approche plus consciente dans le sens où l'esthétique et le plaisir sont en harmonie avec le respect de l'environnement et de la responsabilité sociale.

Lancement J-90 (18 juin)

Projection du film “O Sabor da Vida”,
de Trần Anh Hùng, (La vie de Dodin Bouffant)
Reserva Cultural, cinema
de São Paulo

150 invités VIP

- Media, influenceurs
- KOL (secteur du voyage, lifestyle et gastronomie)
- Institutionnels







Septembre – São Paulo

17 septembre / Antiquaire AD Collection

- 10h30 Conférence de presse avec intervention des speakers
- 12h00 Cocktail déjeuner

18 septembre / Aya Hub

- 9h-10h Ouverture par Manuel Flahault, Air France
Diana Verde Nieto, « Reimagining Luxury »
- 10h – 18h Rencontres B2B – Luxury Travel business meetings
- 18h-19h Claire Coletti, “In the name of Beauty by Guerlain”
- 19h15 Cocktail de networking ouvert par Thierry Vannier, Galeries Lafayette
Discours de Madame Alexandra Mias, Consule Générale de France

19 septembre / Aya Hub

- 9h-10h «L'étiquette française et le luxe du XXIe S. »
Evelyne de Mascarel, Savoir-vivre Today
- 10h – 18h Rencontres B2B – Luxury Travel business meetings
- Fin de l'événement – apéritif Lillet



Conférences

18 & 19 septembre
Aya Hub



“Reimagining luxury”

Diana Verde Nieto, co-fondatrice de **Positive Luxury**, leader et spécialiste ESG.

Comment le luxe se réinvente et quels sont les nouvelles valeurs et « mega-trends »



“Au nom de la beauté” By Guerlain

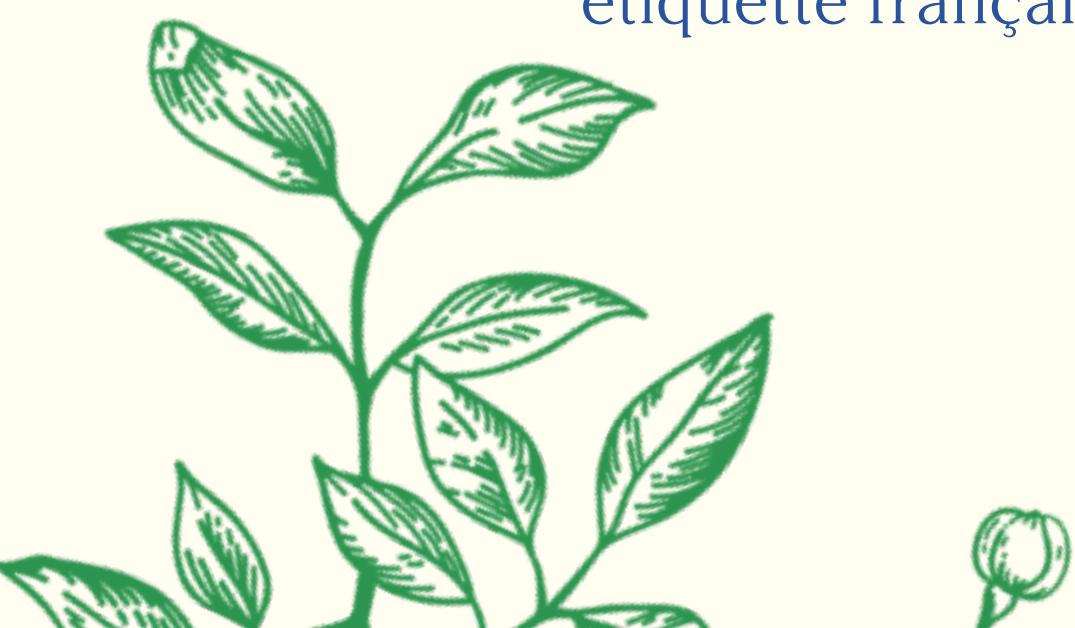
Claire Coletti, Global Sustainability Director, Guerlain

L'histoire de la Maison Guerlain et ses liens avec la nature, son engagement pour le développement durable.



Le savoir-être & savoir-vivre Fondements du luxe à la française?

Evelyne DE MASCAREL, experte en étiquette française et coach.



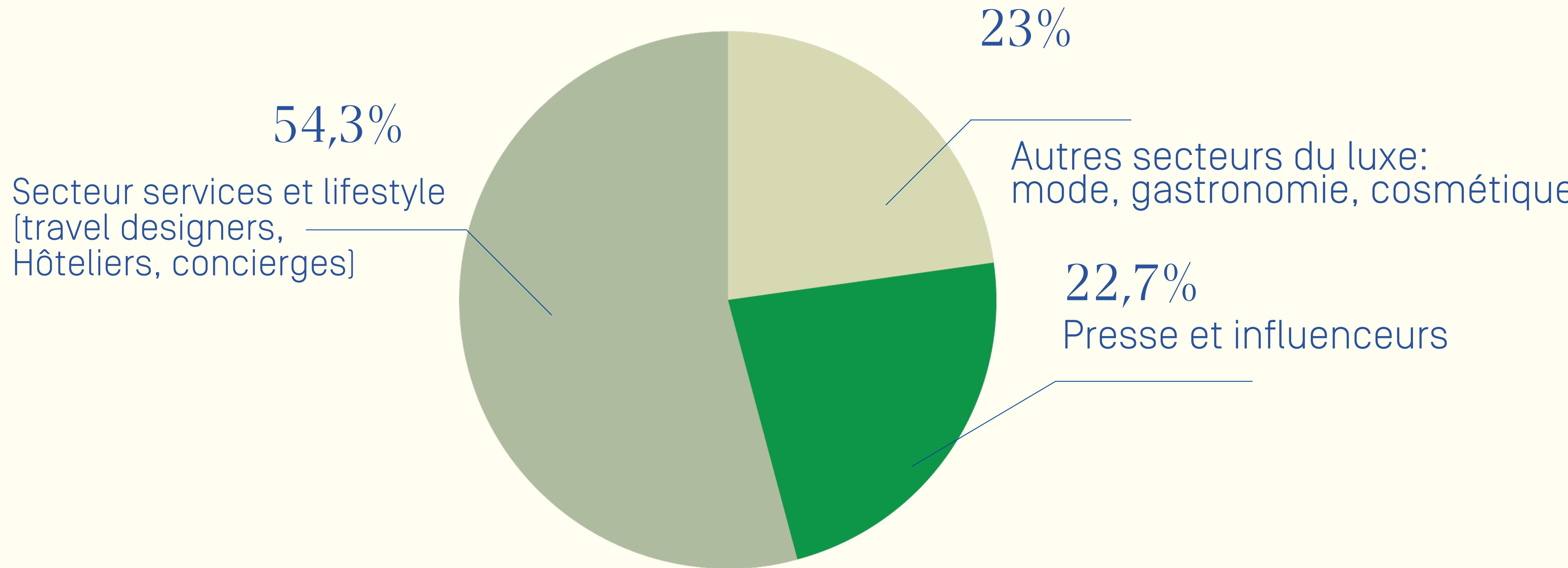
450 personnes ont participé
aux 3 conférences







Profil des participants



Deux jours de business meetings pré-programmés

Agences de voyages
de luxe, travel designers, tour-opérateurs spécialisés.



31 entreprises françaises
et 147 entreprises
brésiliennes



Des réunions toutes les 15 mn
Plus de 1500 en deux jours.

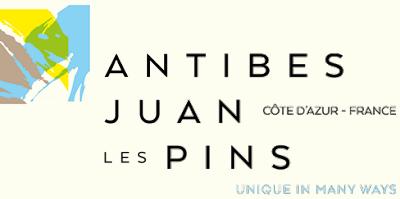


54 réunions par exposant*

*moyenne



31 entreprises françaises



CHAPITRE SIX



HÔTELS PARIS RIVE GAUCHE



The MELIÁ
COLLECTION

Galerie
Lafayette



sodexo
live!



Nos partenaires témoignent

“Bravo pour ce bel événement ! Je suis très satisfaite et espère pouvoir revenir.”

Bianca Ogel
Destination Luberon

“Bravo pour l'organisation, rendez-vous extrêmement qualitatifs. Merci et à une prochaine !”

Valérie Vanden Bossche
Saint-Tropez Tourisme

Très bel événement pour dont nous attendons beaucoup dans les mois à venir. Merci !

Grégoire Augé
La Tour Eiffel

“Excellente organisation ! France Excellence est devenu un must sur le marché brésilien. Merci encore à toute l'équipe d'Atout France Brésil.”

Joaquin Ângulo
Galeries Lafayette

“Je tiens à vous remercier pour l'organisation de cet événement, de votre disponibilité et votre sens du détail. Du choix du lieu au choix des buyers, en passant par le déroulement de l'événement, tout a été excellent.”

Paula Calviño
Five Seas

Networking et influence

Leaders d'opinion, influenceurs, presse.



Près de 200
Articles dans la presse
spécialisée et généraliste

Près de 300 000
comptes Instagram atteints

Près de 600 posts
et stories
#FranceExcellenceLatam

Un lancement presse plébiscité

Antiquaire A. Danemberg

Plus de 30 journalistes,
rédacteurs en chef et éditeurs
dans un lieu original



Valor ECONÔMICO

EU&

Filosofia no mercado de luxo

GLAMURAMA

veja

GLAMURAMA**FOLHA DE S.PAULO**

GLAMURAMA

Rosewood São Paulo recebe abertura do "France Excellence 2023"

por Fabio Oliveira 13 de setembro de 2023 às 19:42

1 minuto de leitura

Explore France
Produzido por Atout France

O ESTADO DE S. PAULO

Fim de semana

O mestre do volume

BEM-ESTAR

Após 18 anos

Presidência da República

Sindicatos do País

TCU ordenou devolução de

Produção Perspectivas

Em evento no Brasil, França discute futuro do mercado de luxo

Com filósofo como Gilles Lipovetsky, encontro analisa o comércio que promete movimentar US\$ 18,32 bilhões em 2023

ALICE FERNANZ

Desafio

O maior desafio da moda é manter esse segmento aéreo de obra artesanal e altamente qualificada

Caroline Puteki, criadora de evento no Brasil: "Luxo é um código usado desde a época de Luís XIV"

"Essa palavra (luxo) parece ter virado sinônimo de ostentação, de excesso de gastos caros quando na realidade é um código usado desde a época de Luís XIV para identificar marcas que oferecem seus produtos e experiência ao consumidor final", explica Colbert, conhecido como o filósofo modernista e autor de best-sellers como *Capital da Moda* e *O Luxo*. Entretanto, o maior desafio do futuro desse mercado, no entanto, é a má de obra artesanal e altamente qualificada.

No Brasil, há duas questões sobre as roupas, a exposição também define como essa união impulsiona a liberdade feminina: os maiores trabalhos de comunicação global, a explosão do esporte e a multiplicação de lojas físicas. No Brasil, a marca é mais uma vez moldando a sociedade.

Na Europa, a Nike está fazendo uma 'colab' com a Tiffany, o que se está querendo? Mostrar que algumas pessoas conseguem ter tempo para fazer esportes em um horário restrito e ainda utilizar Tiffany. Eu respondo, mas gero desejo para quem está indo nas grandes lojas compará-las com a Nike", acrescenta Rabadian.

EM BUSCA DE LIBERDADE

Apaixonada pela mística sobre a primeira camisa polo da Lacoste, cortada pelo fundador da marca para melhorar a mobilidade, o real encontro do esporte com conforto só aconteceu em décadas recentes. A partir de 1980, o avanço da indústria têxtil, somado às aulas de ginástica na televisão, a explosão cromática e a cultura do corpo muscular, marcou a popularização da roupa esportiva. O desafio dos profissionais da área foi outro fator que contribuiu para que o estilo fosse além do guarda-roupa dos praticantes. No começo dos anos 2000, o auge da carreira do tenista Gustavo Kuerten, o Guga, acompanhou a fama da "marca do crocodilo" no Brasil, como Jérôme Rabadian. "Desenvolveu-se uma linha que não é só o esportista usa. Ele é só o esportista", explica.

Ao abordar a influência da moda esportiva sobre as roupas, a exposição também define como essa união impulsiona a liberdade feminina: os maiores trabalhos de comunicação global, a explosão do esporte e a multiplicação de lojas físicas. No Brasil, a marca é mais uma vez moldando a sociedade.

veja

O maior desafio da moda é manter esse segmento aéreo de obra artesanal e altamente qualificada

Caroline Puteki, criadora de evento no Brasil: "Luxo é um código usado desde a época de Luís XIV"

"Essa palavra (luxo) parece ter virado sinônimo de ostentação, de excesso de gastos caros quando na realidade é um código usado desde a época de Luís XIV para identificar marcas que oferecem seus produtos e experiência ao consumidor final", explica Colbert, conhecido como o filósofo modernista e autor de best-sellers como *Capital da Moda* e *O Luxo*. Entretanto, o maior desafio do futuro desse mercado, no entanto, é a má de obra artesanal e altamente qualificada.

No Brasil, há duas questões sobre as roupas, a exposição também define como essa união impulsiona a liberdade feminina: os maiores trabalhos de comunicação global, a explosão do esporte e a multiplicação de lojas físicas. No Brasil, a marca é mais uma vez moldando a sociedade.

Na Europa, a Nike está fazendo uma 'colab' com a Tiffany, o que se está querendo? Mostrar que algumas pessoas conseguem ter tempo para fazer esportes em um horário restrito e ainda utilizar Tiffany. Eu respondo, mas gero desejo para quem está indo nas grandes lojas compará-las com a Nike", acrescenta Rabadian.

EM BUSCA DE LIBERDADE

Apaixonada pela mística sobre a primeira camisa polo da Lacoste, cortada pelo fundador da marca para melhorar a mobilidade, o real encontro do esporte com conforto só aconteceu em décadas recentes. A partir de 1980, o avanço da indústria têxtil, somado às aulas de ginástica na televisão, a explosão cromática e a cultura do corpo muscular, marcou a popularização da roupa esportiva. O desafio dos profissionais da área foi outro fator que contribuiu para que o estilo fosse além do guarda-roupa dos praticantes. No começo dos anos 2000, o auge da carreira do tenista Gustavo Kuerten, o Guga, acompanhou a fama da "marca do crocodilo" no Brasil, como Jérôme Rabadian. "Desenvolveu-se uma linha que não é só o esportista usa. Ele é só o esportista", explica.

Ao abordar a influência da moda esportiva sobre as roupas, a exposição também define como essa união impulsiona a liberdade feminina: os maiores trabalhos de comunicação global, a explosão do esporte e a multiplicação de lojas físicas. No Brasil, a marca é mais uma vez moldando a sociedade.

veja

O ESTADO DE S. PAULO

NEWSLETTER PANROTAS

France Excellence 2024 acontece de 17 a 19 de setembro; veja destaques

Evento será realizado no Cidade Matarazzo e contará com conferências e rodadas de negócios

L'ART DE RE VIVRE À LA FRANÇAISE
17-19
09
2024 São Paulo

A próxima edição da **France Excellence América Latina**, evento promovido desde 2021 pela **Atout France** – Agência de Desenvolvimento Turístico da França – já tem data marcada. Dedicado aos profissionais do setor do Turismo que querem desenvolver relações comerciais com fornecedores da França, o evento acontecerá

https://www.estadao.com.br/cultura/moda/o-luxo-hoje-e-uma-experiencia-diz-diana-verde-nieto-z2AM15sNUDf3_CE49i0cfu76lwid_H

ESTADO Notícias & Editorias - Ver & Conteúdo - Dia à dia - Produtos - Buscar - Jornal Estadão

O luxo hoje é uma experiência, diz Diana Verde Nieto, especialista em práticas conscientes na moda

Trabalhando no mercado de luxo, a britânica esteve no Brasil para falar sobre a visão das novas gerações em torno do tema

Por Alice Ferraz
21/09/2024 03h00

FRANCE EXCELLENCE TRARÁ 31 EMPRESAS FRANCESAS E RECEBERÁ MAIS DE 600 PARTICIPANTES

Evento focado no turismo de luxo terá como tema "L'Art de (re)vivre à la française"

17 set, 2024 | Eventos, Notícias | 0 • | * * * * *

67 FOLHA DO ABC
O ABC EM PRIMEIRO LUGAR

NEGÓCIOS
France Excellence traz luxo francês e sustentabilidade à São Paulo

Telegram PANROTAS

France Excellence 2024 reunirá número recorde de 31 marcas com 200 buyers

Periódico Invertour mx
23 de sep., a las 10:57 a. m. •

Explore France realiza por cuarto año consecutivo France Excellence, presentando ante agentes de viajes y operador destinos y productos que ofrecen el verdadero "luxo francés", sin dejar de lado la sustentabilidad

Viagens S/A
O France Excellence 2024, encontro de negócios que une luxo e sustentabilidade teve como tema O ART DE VIVER E A SUSTENTABILIDADE

O ESTADO DE S. PAULO

Moda Sustentável

'O luxo hoje é uma experiência', afirma Diana Verde Nieto

Especialista em práticas ecologicamente conscientes, britânica veio ao Brasil para falar da visão das novas

4º France Excellence: Patrick Branco Ruivo, diretor geral da Torre Eiffel, compartilha sua visão sobre o turismo brasileiro em Paris

DURABILIDADE. Dessa dança metafórica à qual Verde se refere, surgem abordagens que, apesar de diferentes, se alinham perfeitamente com a ideia de um luxo mais sustentável. "A tradição e a história que as grandes marcas desse mercado carregam ao longo do tempo em presente e futuro, é que é durável e que associa a durabilidade a transparência e a comunicação", explica.

Encontro do luxo francês em SP quer convencer mais brasileiros a visitarem Torre Eiffel

SÃO PAULO Não que precisasse de muita exposição, mas as Olimpíadas de 2016 serviram para dar ainda mais visibilidade a um dos mais famosos – e belos – monumentos do mundo, a Torre Eiffel.

SÃO PAULO Apesar de a imprensa realizada ontem (17) a Atout France deu início nesta quarta-feira (18) ao France Excellence 2024, é raro que repórteres e jornalistas franceses sejam convidados para descer a luxo francês. Em sua quarta edição, o evento traz como tema "L'Art de Vivre à La Française" e tem rodadas de negócios e palestras em sua programação.

GALERIA

Des retombées importantes dans les médias

200.000€

Contre-valeur publicitaire

139 articles

Dont 9 imprimés



Pour la 2e année consécutive,
l'événement était associé à une
ONG en faveur de la préservation
de l'Amazonie et de ses cultures



Marcia Martins,
co-fondatrice de ECOARTS



ECOARTS

Ecoarts Amazônia est un écosystème de personnes qui emprunte une nouvelle voie vers la durabilité intégrale, en promouvant les dimensions matérielles et immatérielles de la forêt amazonienne.

Association à but non lucratif, Ecoarts Amazônia rassemble un collectif de personnes (collectionneurs, artisans, artistes, professions libérales, chercheurs et autres bénévoles) qui, dans un système collaboratif, créent des produits exclusifs et développent des actions qui unissent connaissance et innovation, produit et finalité, préservation et développement, luxe et ascendance. Elle alloue ses bénéfices à la plantation d'arbres fruitiers indigènes dans les villes, les villages autochtones et les zones rurales, dans le cadre d'un projet appelé Food Forest.

Photos soirée boas
vindas exposants
Détalhe presente
artesanal da EcoArts,
do atelier, da casa de
Marcia



*Gracias, Obrigado, Merci
à nos partenaires!*

Sponsors officiels 2024



MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE



ARNALDO DANEMBERG
COLLECTION

LILLET®
MAISON FONDÉE EN 1872

Dior

AIRFRANCE

GUERLAIN
PARIS

LACOSTE



Manuel Flahault
DG Amérique du Sud, Air France



Thierry Vannier

Directeur du Développement des Clientèles
Internationales et Marketing Opérationnel,
Galeries Lafayette





Mateus Turner de Godoy
Brand Manager Moët & Chandon





ARNALDO DANEMBERG
COLLECTION



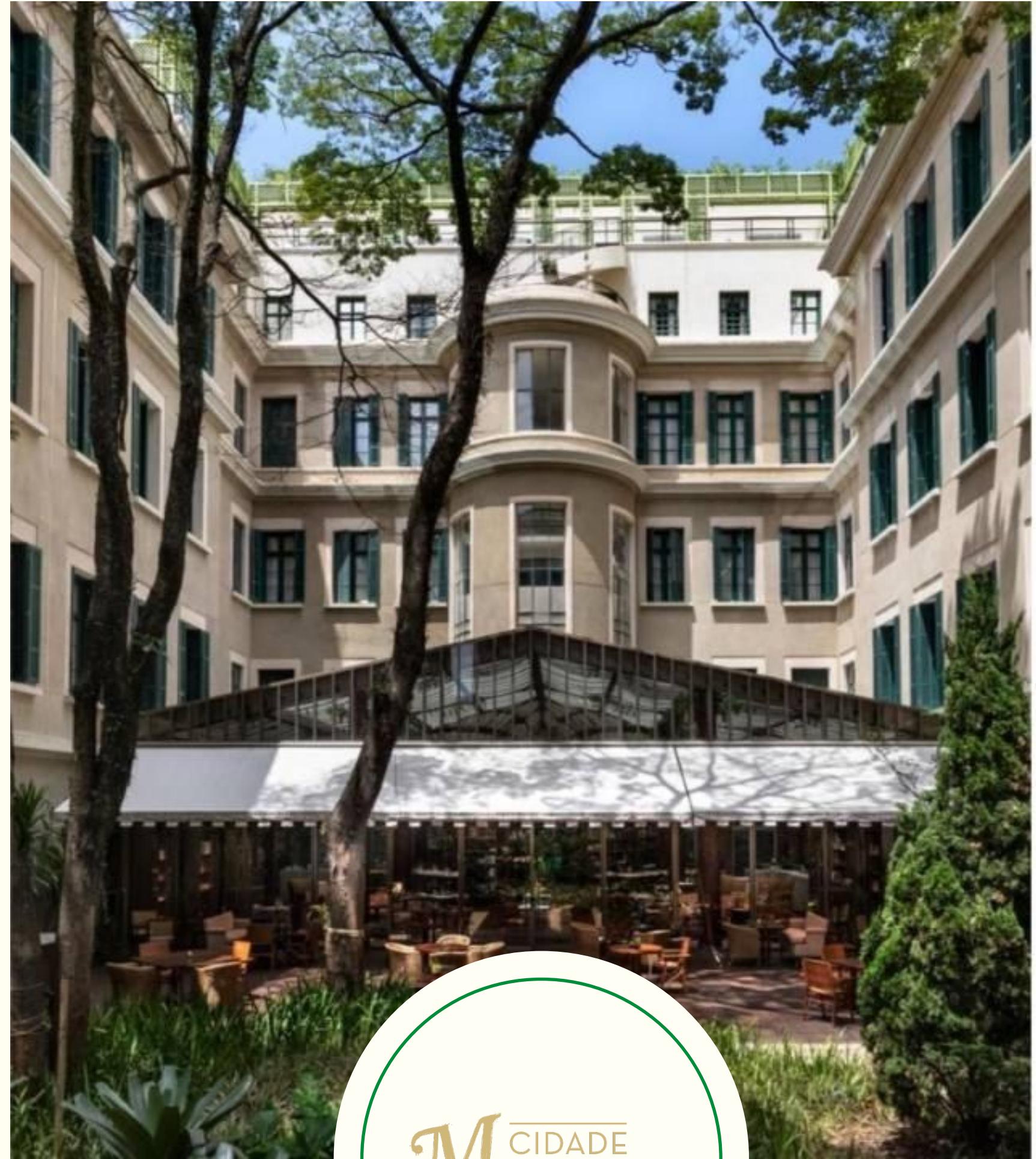
Arnaldo Danemberg,
Antiquaire



Daniela Bonadiman
Brand Ambassador, Lillet



Remerciement spécial
Aya, Cidade Matarazzo



Alexandre Allard
Fondateur Cidade Matarazzo



Avec le soutien de



En solidarité à



ECOARTS





L'ART DE RE VIVRE À LA FRANÇAISE

ATOUT
FRANCE
Agência de Desenvolvimento
Turístico da França

Rendez-vous
en 2025!