

France REPORT

January 2026

Travel
South
USA

All Y'all Are
Welcome

Prepared by

B World Communication

32-34 Avenue Kléber, 75116 Paris – France

Web: www.bworldcommunication.com

Barbara Boltoukhine, President

+33 6 83 65 25 21

Barbara@bworldcom.com

Yohann Robert, Account Manager

+33 6 65 05 88 50

yohann@bworldcom.com





Table of Contents

- I. Market Overview**
- II. Executive summary**
- III. Travel trade activities**
- IV. Newsletter & Sales calls**
- V. PR & media activities**
- VI. Social Media**
- VII. Visit USA France membership**

I. Market Overview.

Orchestra/L'Echo Touristique December 2025 - Top 20 destinations and market trends update

Across all destinations, travel sales through both physical and online travel agencies remain stable, +0.1%, compared to December 2025, after a 3.8% increase in November. In terms of destinations, mainland France still leads the Top 20, although its performance continues to weaken (-19%). Spain follows with a 1.91% decrease, followed by Tunisia with a 12.4% surge. Conversely, the United States ranks 11th (vs 10th last month), with monthly revenue dropping by 28.3%. Source : [Baromètre Orchestra/L'Echo : le top 20 des destinations en décembre 2025 - L'Echo Touristique](#)

2025: A year of adjustment for French travel agencies

According to the EdV–Orchestra Observatory, 2025 stands out as a year of rebalancing for the French travel distribution market. While the number of travellers declined by around 3% compared with 2024, the sector proved resilient thanks to higher spending per trip. The average travel budget rose by roughly 3% to €1,808, allowing overall sales value to remain broadly stable despite a 4% drop in the number of bookings made through agencies. This adjustment is reflected in destination patterns. France and medium-haul destinations followed a similar trajectory: fewer departures, but higher-value trips. Medium-haul emerged as the main growth driver, supported by strong performances from Egypt, Italy and Tunisia. Egypt recorded exceptional growth, while Vietnam stood out as the rare long-haul destination to post significant gains. By contrast, long-haul travel overall lost momentum, with notable declines for Thailand, the United States, the UAE and the Dominican Republic. Booking behaviour throughout the year was uneven. After a strong first quarter, demand slowed sharply in spring, particularly in June, before stabilising again in autumn. Travellers also planned further ahead, with the average booking lead time extending to 79 days. Early indicators for the first quarter of 2026 confirm this trend: fewer travellers, but higher-value trips, driven mainly by medium-haul destinations and changing customer profiles, with fewer families and more couples, solos and organised travel formats.

Source : [Observatoire EdV – Orchestra : 2025 une année de transition et un hiver 2025-2026 porté par le moyen-courrier - Tour Hebdo](#)

Tour operating in France: early indicators point to a resilient 2026

Data released by the Seto suggest that French tour operators are entering 2026 on solid footing, even if booking activity has eased slightly since early January. After a strong 2024/2025 financial year, the winter 2025–2026 season is shaping up well, with revenue and passenger numbers both up by nearly 9% and more than 70% of the season already sold by the end of December. Growth is being fuelled primarily by holiday clubs and group travel, which continue to gain market share, while traditional touring products are struggling to regain momentum. Domestic ski holidays are once again acting as a key pillar of winter sales, alongside several high-performing international destinations. Egypt clearly stands out, recording exceptional growth and benefiting from renewed air capacity and strong visibility. Spain, Morocco and the Dominican Republic also rank among the main contributors to winter volumes. Long-haul travel presents a more contrasting picture. While destinations such as the French Caribbean, Vietnam, Japan and Senegal are expanding, others are facing headwinds. The United States continues to lose appeal, weighed down by high on-the-ground costs and political perceptions, while Tanzania, Cuba and Thailand are also under pressure.

Sources: [Le SETO dévoile les tendances hivernales 2025-2026 et celles à venir pour cet été - Tour Hebdo](#) ; [Les chiffres "très encourageants" des tour-opérateurs français - Bee Travel News](#)

US Tourism: softer demand amid policy changes and rising costs

Recent data point to a gradual decline in international travel to the United States, with French outbound travel particularly affected, although the destination remains an important long-haul market. According to French tour operators, organized trips from France to the US fell by around 15% over the 2024–2025 period, and early bookings for summer 2026 are currently lower than last year. This trend reflects a broader slowdown, as total international arrivals to the US have been easing for several months. Several factors are contributing to this softer demand. Higher on-the-ground costs are frequently cited by professionals, as inflation has significantly increased accommodation, dining and transport expenses, prompting travellers to reassess value for money. In parallel, the evolving political context and discussions around stricter entry requirements under the ESTA program, including expanded social media disclosures, are being closely watched by travellers. Studies from the World Travel & Tourism Council suggest that such measures could influence travel intentions, particularly among visitors from visa-exempt countries, although their full impact will depend on final implementation. Western European markets, including France, the UK and Germany, have shown moderate declines, while Canada, historically the largest source market, has also recorded a noticeable slowdown. That said, the United States continues to attract a substantial number of French visitors: 1,589,676 French travelers visited the country in 2025, according to preliminary figures from the National Travel and Tourism Office. While demand is adjusting, the destination remains firmly positioned among the preferred long-haul choices for French travelers.

Sources: [Aux États-Unis, le tourisme international recule depuis huit mois - L'Echo Touristique](#) ; [Les États-Unis vont-ils décourager les voyageurs étrangers avec l'évolution de l'ESTA ? - Le Figaro](#) ; [États-Unis : jusqu'à 4.7 millions de touristes pourraient manquer à l'appel en 2026 - Bee Travel News](#) ; [Les États-Unis vont-ils décourager les voyageurs étrangers avec l'évolution de l'ESTA ? Le Figaro](#)

II. Executive summary.

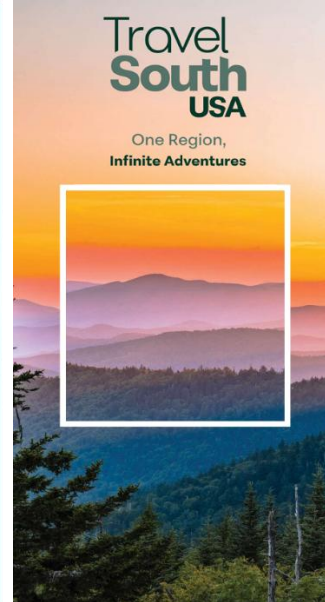
❖ 2026 'Le Salon des Voyages' Consumer Show, February 28th - March 1st, 2026 (Update)

In January, BWC coordinated with the TSUSA and the 'Le Salon des Voyages' organization teams to create the booth design's assets for the show (backwall and counter). BWC suggested using an Outdoor-themed image with the green branded logo and the 'One Region, Infinite Adventures' message content.

'Le Salon des Voyages' website visibility for TSUSA destinations



Backwall booth design



❖ 2026 TSUSA Pan-European Roadshow (Update)

In January, BWC continued to prepare the TSUSA March 16th, 2026, Paris Mission. See section III. Travel Trade Activities for full update.

❖ 2026 Visit USA France membership activities

In January, the TSUSA destinations were featured in two Newsletters and a total of six articles. See section VII. Visit USA France Membership for review.

YTD International Metrics for FY26 - Q1 through Q3

	July	August	September	Q1 TOTAL	October	November	December	Q2 TOTAL	January	Q3 TOTAL	FY 25/26 TOTAL	
	France											
	TRAVEL TRADE											
9 partners AL/KY LA/MO/MS/ NC/ROTS/SC /TN	Trade Meetings/ Trainings	5	11	11	27	10	6	9	25	11	11	63
	Number of Agents Trained	2	0	32	34	34	43	112	189	37	37	260
		PR										
	Media Meetings	3	4	8	15	9	6	9	24	8	8	47
	Total number of articles published	9	10	13	32	21	20	19	60	11	11	103
	Impressions	282 680,00	2 877 330,00	8 594 740,00	11 754 750,00	13 774 262,00	18 947 840,00	6 675 200,00	39 397 302,00	4 428 120,00	4 428 120,00	55 580 172,00

III. Travel Trade activities.

FY26 Trade events or marketing highlights with Tour Operators

Event/ Action	Contact person	Activity/Activation	Follow up /Next step
<p>2026 TSUSA PAN- EUROPEAN ROADSHOW PARIS, FRANCE</p>	 	<p>In January, BWC continued to prepare the TSUSA March 16th, 2026, Paris Mission, coordinating with both TSUSA, host hotel and venue teams for the following actions:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hotel check-in and check-out dates, reservation link and payment process. -Venue space layout, furniture, sound and video material, on-site delivery process. -Food and beverage menu choices. -Set of official invitations to trade, media and key industry partners (completed). -Creation of new giant roll ups and a photocall backdrop with the new TSUSA branding (completed). -Creation of all-state video for on-screen display during the event. -Meetings with the Chef's PR team for the morning culinary activation. -Additional pre-mission meetings with tour operators to explore product development and marketing needs: Worldia, Jetset Voyages, Back Roads and more. 	

IV. Newsletter & Sales calls.

Trade monthly Newsletter: share inspirational content, event calendar, must-do attractions, and new travel suggestion with trade partners.

Newsletter release

BWC created and shared a Newsletter to the French Trade Industry on January 23rd, highlighting the 'Hit the Road: What's New & Noteworthy in the South for 2026' theme in the following destinations: Rhythms of the South, Alabama, Mississippi, North Carolina and South Carolina.

TravelSouth
All Y'all Are Welcome **USA**

Contacts : 1,534
Open rate : 23.78%

Contacts: Yohann Robert

Tél. 06 65 05 88 50 - yohann@bworldcom.com
Barbara Boltoukhine - barbara@bworldcom.com

Vendredi 23 janvier 2026

NEWSLETTER

LES ÉVÉNEMENTS ET NOUVEAUTÉS QUI MARQUERONT L'ANNÉE 2026

2026 est là et nul doute qu'elle inspirera les voyageurs souhaitant s'immerger dans les traditions profondes et l'art de vivre du sud-est américain. Qu'elles soient culinaires, musicales, culturelles, naturelles ou sportives, les occasions de vivre de grands moments ne manqueront pas. Restaurants primés, célébrations du 250^{ème} anniversaire de l'Indépendance des États-Unis, Coupe du monde de la Fifa, nouveaux hôtels et nouveaux musées, le sud sera plus que jamais source d'évasion et d'épicurisme.

CAROLINE DU NORD

L'année 2026 en **Caroline du Nord** promet d'être riche en nouveautés, entre hébergements flambant neufs ou restaurés, distinctions culinaires, ouvertures majeures et événements incontournables. Pour explorer la région, les voyageurs profiteront de nouvelles adresses de séjour telles que **Compass Hotel** à Beaufort, **Oberlin Hotel** à Raleigh, Beckworth Hotel dans le quartier d'Uptown à **Charlotte** et le magnifique **Empire Hotel** à



Salisbury, au cœur de la région du Piémont. Les gourmets seront à la fête en visitant la Caroline du Nord, avec **47 restaurants** figurant dans le nouveau Guide Michelin consacré au sud des États-Unis, dont **Counter** à Charlotte, premier restaurant étoilé de l'État. Les récentes distinctions Bib Gourmand et les 39 restaurants recommandés confirmeront l'essor de la Caroline du Nord en tant que destination gastronomique de premier plan. Côté activités ludiques, **North Carolina Zoo**, le plus grand parc animalier au monde en habitats naturels, inaugurera à l'été 2026 sa très attendue section asiatique de 3,2 hectares, ajoutant un troisième continent à son vaste domaine. Le long du littoral, l'emblématique **Cape Hatteras Lighthouse** rouvrira ses portes cet été après une restauration complète, offrant une vue spectaculaire sur l'Atlantique et les îles des Outer Banks. Célébration phare du 250^{ème} anniversaire de l'Amérique, le festival **North Carolina First in Freedom** mettra en lumière dès le mois de février le rôle crucial de l'État dans l'histoire américaine, notamment lors de la bataille de Moores Creek Bridge. Les amateurs de sport auront eux aussi de quoi se réjouir, avec le **All-Star Game 2026** de la Soccer Major League dont Charlotte sera ville hôte le 16 juillet, suivi en septembre par le **Biltmore Championship** du PGA Tour, qui pour la première fois fera escale à **Asheville**, associant le golf de haut niveau à la beauté des **Blue Ridge Mountains**.

MISSISSIPPI

Le paysage touristique du **Mississippi** s'annonce comme l'un des plus prometteurs en 2026, entre nouvelles distinctions culinaires, expériences culturelles enrichissantes et projets novateurs à travers tout l'État. Pas moins de 10 restaurants du Mississippi ont fait leur entrée dans la première édition du Guide MICHELIN dédié au sud des États-Unis. Sur la côte sud, trois établissements d'exception, **White Pillars** à



Biloxi, **Siren Social Club** à Gulfport et **Vestige** à Ocean Springs, font partie des adresses recommandées, confirmant le rayonnement croissant du sud du Mississippi en tant que destination gastronomique. À **Oxford**, dans le nord de l'État, quatre restaurants très populaires, **Ajax Diner**, **City Grocery**, **Snackbar** et **Taylor Grocery** ont également été distingués, témoignant d'une excellence culinaire profondément ancrée. Deux restaurants de **Jackson** voient aussi leur carte récompensée : **Elvie's**, avec la distinction Bib Gourmand et **Pultio Osteria** avec la mention « Recommandé ». Dans le Delta, la ville de **Greenwood** inaugure cette année un tout nouveau parcours balisé de 22 étapes, mettant en vedette les lieux emblématiques des musiques blues et country, des écrivains locaux, et du combat pour la liberté. On y célébrera également en grande pompe le 250^{ème} anniversaire de l'Indépendance américaine lors du festival annuel **Stars and Stripes**, qui animera le centre-ville à la fin du mois de juin. **Vicksburg**, haut-lieu de la guerre de Sécession, contribuera aux festivités avec son **Hipstoric Art Festival**, qui en septembre proposera des animations autour des beaux-arts, de la musique live et du théâtre amateur au bord du fleuve Mississippi. La ville de **Hattiesburg** verra quant à elle l'arrivée de deux nouveaux hôtels de charme qui ouvriront leurs portes en fin d'année ou début 2027, ainsi que l'ajout de deux nouvelles expériences dans le quartier **Sixth Street Museum District**, dédiées aux droits civiques et à l'histoire des communautés noires.



RHYTHMS OF THE SOUTH

Atlanta se prépare à une année 2026 riche de nombreux événements et nouveautés, à commencer par l'extension du **National Center for Civil and Human Rights** qui dévoile une section dédiée aux familles ainsi qu'une galerie immersive et un espace modulable accueillant plusieurs expositions temporaires et collections itinérantes. À proximité, le vaste projet de réaménagement de **Centennial Yards** continue de remodeler le centre-ville, consacrant 20 hectares à la création d'un quartier résidentiel dynamique avec restaurants, boutiques, hôtels de charme, dont le récemment ouvert **Hotel Phoenix**, ainsi que des lieux de divertissement, une salle de concerts et **Cosm**, expérience immersive dédiée au sport qui ouvrira prochainement. Après d'importants travaux de rénovation, la **maison natale de Dr Martin Luther King Jr.** rouvre ses portes aux visiteurs qui pourront profiter de visites guidées. Du 11 juin au 19 juillet 2026, Atlanta vibrera au rythme du football en tant que ville hôte de huit matchs de la **Coupe du monde de la FIFA**, accompagnés du très animé **FIFA Fan Festival** au Centennial Olympic Park et de nombreuses soirées de retransmission à travers la ville.



L'année 2026 à **Nashville** sera marquée par de nouvelles ouvertures et des célébrations majeures. Dans le cadre d'America 250, la ville accueillera une édition spéciale de **Let Freedom Sing!**, ajoutant une touche patriotique supplémentaire aux festivités très appréciées du 4 juillet. Les fans de Dolly Parton et de musique country auront des raisons supplémentaires de se réjouir avec l'ouverture du **Dolly's Life of Many Colors Museum** et

de son nouvel hôtel-boutique, **Dolly Parton's Songteller Hotel**, qui apporteront élégance et charme du Sud à Music City. À Antioch, au sud-est de la ville, les amateurs de sport pourront profiter de **PopStroke**, un complexe entièrement dédié au mini-golf, tandis que les passionnés de sports mécaniques se réjouiront du retour du **Borchetta Bourbon Music City Grand Prix**. La scène culinaire de Nashville poursuit également son ascension fulgurante avec 21 restaurants figurant dans le Guide MICHELIN 2025 dédié au sud, dont trois établissements récompensés d'une étoile : **The Catbird Seat**, **Bastion** et **Locust**.



La Nouvelle-Orléans aborde l'année 2026 avec une sélection d'attractions inédites, une gastronomie exacerbée et des hébergements rénovés. Les voyageurs pourront vivre des expériences immersives uniques, comme au **Museum of Illusions**, au **New Orleans Storyville Museum** ou au vibrant **JAMNOLA**, offrant chacun une nouvelle façon de s'immerger dans la culture et la créativité de la ville. Sa scène culinaire brille de mille feux avec 32 restaurants recommandés par le Guide MICHELIN, dont **Emeril's**, qui s'est vu attribuer deux étoiles, ainsi que **Saint-Germain** et **Zasu**, tous deux récompensés d'une étoile. Les visiteurs pourront également apprécier la diversité des saveurs locales grâce à **11 restaurants Bib Gourmand** et **18 autres restaurants recommandés**. Côté adresses de séjour, plusieurs établissements de renom tels que **Hilton Riverside**, **Omni Royal New Orleans**, **Hilton New Orleans St. Charles Avenue** et **JW Marriott**, font l'objet d'importantes rénovations, tandis qu'un nouvel hôtel de luxe, le **Fairmont Hotel and Resort** vient enrichir l'offre hôtelière de la ville. Pour les amateurs de croisières, **Royal Caribbean** mettra en service un navire plus grand au départ de La Nouvelle-Orléans, permettant ainsi à davantage de voyageurs de commencer leur prochaine aventure maritime au départ de Crescent City.

Trade contacts, meetings, phone calls: explore training, action, and partnerships.

Company Name	Contact mode	Contact person	Activity/Activation	Follow up/Next step
AIR CANADA (FRANCE)	Email	Jean-François Raudin France Country Manager.	In January, Jean-François shared the 2026 Air Canada Trade Workshop preliminary dates for tour operators, service providers and tourist offices to attend. The events are scheduled on November 18 th , 2026, in Toulouse (Southwest of France) and November 25 th , 2026, in Lyon (Southeast of France).	BWC will review calendar fit for FY27 scope of work.
AILLEURS VOYAGES	Email	Maxime Leotot Agency Network Director.	Ailleurs Voyages is one of France's leading groupments of franchised agencies that also include the Bleu Voyages and Carrefour Voyages brands. Maxime is responsible for the Southeast area (Rhône-Alpes region) that oversees around 70 agencies. He contacted BWC to participate in their 2026 bi-annual Workshop event in the city of Lyon on March 5 th and 10 th , 2026. BWC had to decline due to late notice and agenda conflict but is interested in considering the opportunity for their Fall events in October 2026.	BWC will review calendar fit for FY27 scope of work.
TERRES D'AVENTURE (VOYAGEURS DU MONDE GROUP)	Meeting	Sylvain Mer USA Travel Specialist & Product Referent.	Following previous discussions, BWC had a meeting with Sylvain on January 28 th in their offices in Nantes. The goal was to review his itinerary for the self-guided fam trip he will be taking to the South early April 2026 (Louisiana, Mississippi and Tennessee). BWC shared lodging and visit suggestions and will coordinate with the TSUSA team to see if destinations are willing to help further.	Follow-up in future reports.
ENVOL ESPACES	Meeting	Marine Lerosier Reservation Manager & USA Referent.	Envol Espace is a school trip specialist agency based in Normandy. With the wish to create new offers and experiences for their customers, Marine contacted BWC to receive full training on TSUSA destinations, especially Louisiana and New Orleans. The 1.5-hour training was provided by BWC on January 20 th , with suggestions and tips on what is suitable for school groups. BWC will follow up on product development and needs.	Follow-up in future reports.
VISITEURS	Meeting	Roxane Vergught Marketing Manager & Anaïs Diallo Regional Sales Coordinator.	BWC attended the January 13 th , 2026, Visiteurs Roadshow in Chartres (Central France), providing a full training on the TSUSA destinations with a focus on Louisiana and New Orleans, to 25 attendees representing key distribution networks from the area: Leclerc Voyages, Havas Voyages, Simplon Voyages, Fram, TUI, Carrefour, Art du Voyage, Viza for Dreams.	No follow-up needed.
EXPEDIA TAAP (FRANCE)	Meeting	Eve Messulam Market Representative to Expedia TAAP. & Quentin Del Bergiolo Business Developer.	BWC partnered with Expedia TAAP and JetBlue France teams to attend a 45-minute Louisiana/New Orleans-dedicated training event in Nantes (West of France) on January 28 th , 2026, to a targeted 10-15 distribution network representatives including Luziran Voyages, Calliope Travel, Eden Tour, Ailleurs Business, Garden Globe, L'Atelier des Voyages and West Euro Bike.	No follow-up needed.

PARFUMS DU MONDE	Email	Christelle Wetzler Product Manager.	Parfums du Monde specializes in tour series and ad-hoc groups all over the world. Christelle is working on a 40-50 passenger group planning to travel to the South, mainly Louisiana, for Mardi Gras 2027. She requested suggestions for 'off the beaten paths' activities, meals or visits. BWC shared ideas in the New Orleans, Baton Rouge, St Francisville, Lafayette, St Martin Parish and Houma areas.	BWC will follow up on further needs.
ICELANDAIR (FRANCE)	Meeting	Juliette Desmul Account Manager Europe, IK & France & Lora Burguet Sales & Marketing Specialist.	Following previous discussions in 2025 to highlight and support Icelandair's air connectivity to Raleigh, NC out of Paris-CDG, BWC had suggested planning a trade fam trip in coordination with the Icelandair and Visit NC teams. In January, Juliette advised BWC that the project has been declined internally for the 2026 scope of work. Lora also reached out to BWC for any common trade opportunities to highlight Icelandair's Nashville and Raleigh routes in 2026.	BWC and Icelandair France will discuss partnership options again for FY27.
JETSET VOYAGES	Meeting	Valérie Heurtel USA Product Director & Yves Schaub Sales Director.	BWC had regular meetings with the Jetset Voyages team over the last few months, discussing co-marketing and partnership options after they integrated the Marrieton Développement Travel Group. Thanks to extended business deals, Jetset Voyages now reaches out to over 4,500 travel agencies in France, including the Havas Voyages and Selectour distribution networks, that weight 45.5M € in sales volume on other mainstream destinations. BWC would like to seize the opportunity to further promote the TSUSA destinations through their new sales channels and visibility tools.	BWC will work on suggestions for the FY27 scope of work.
AMERIGO	Email	Nathalie Delame USA Product Director.	In January, Nathalie contacted BWC for insight on a Kentucky and West Virginia-combo itinerary. BWC suggested a specific number of nights and itinerary layout for Louisville, Bardstown, Mammoth Cave NP, Lexington, Lewisburg, Seneca Rocks & Spruce Know, Berkeley Springs and Harper's Ferry.	No follow-up needed.
BACK ROADS	Meeting	Nadège Peccavet USA Specialist & Product Manager.	BWC had a Sales call with Nadège on January 26 th to invite her to the TSUSA Paris Mission and review product development needs and marketing opportunities. Nadège also updated BWC with Back Roads's current transitioning process after being purchased by the Marrieton Développement Travel Group last year.	No follow-up needed

V. PR & media activities.

Contacts with the media, meetings, releases, coverage opportunities, clipping, press trips.

Press releases and Media contacts.

In January, BWC created and distributed a press release to key targeted media in France, highlighting the **'Hit the Road: What's New & Noteworthy in the South for 2026'** theme in the Rhythms of the South, Alabama, Mississippi, North Carolina and South Carolina.



Contacts : 557
Open rate : 28.14%

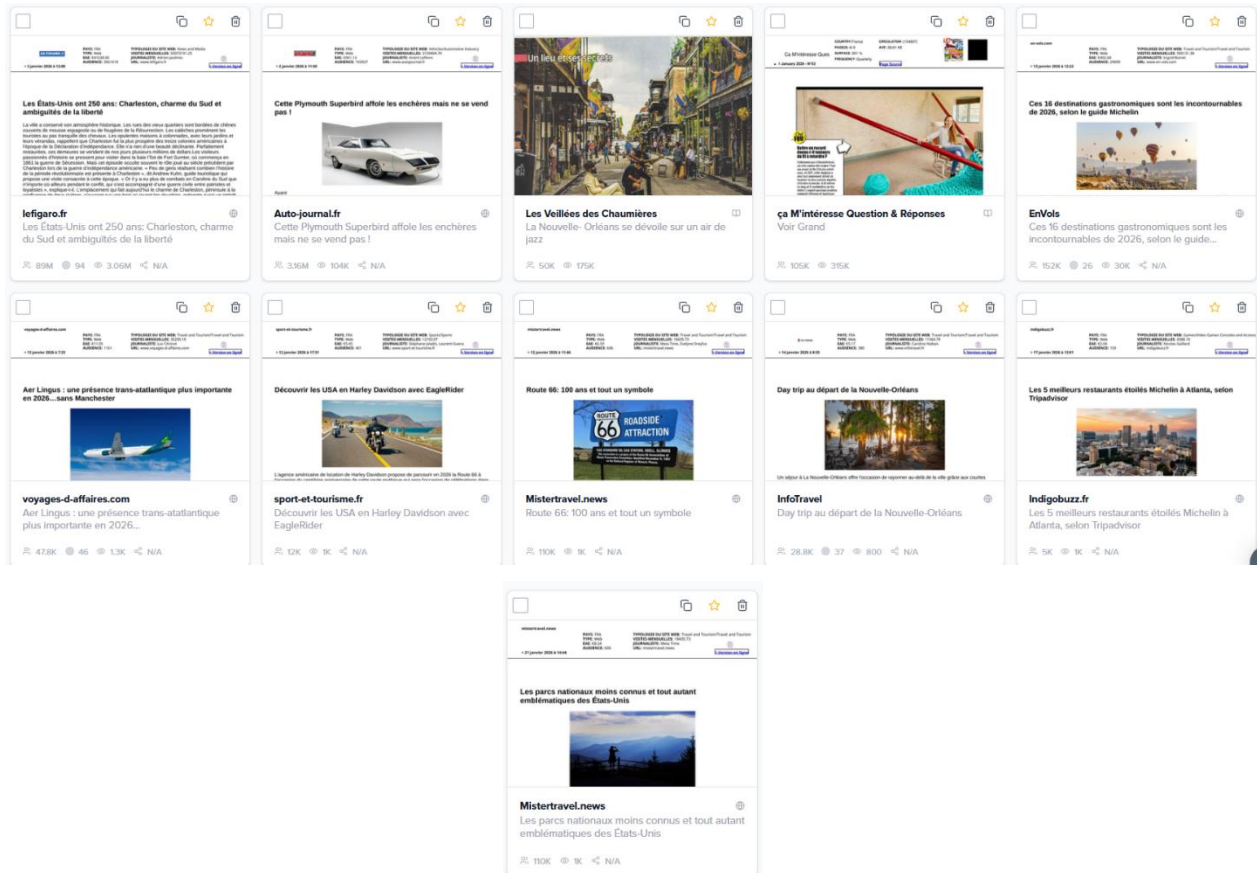
Contacts: Yohann Robert
Tél. 06 65 05 88 50 - yohann@bworldcom.com
Barbara Boltoukhine - barbara@bworldcom.com

Vendredi 23 janvier 2026

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LES ÉVÈNEMENTS ET NOUVEAUTÉS QUI MARQUERONT L'ANNÉE 2026

❖ Coverage book Link: [January 2026 | GPP France FY25-26 | CoverageBook](#)



Company Name	Contact mode	Contact person	Activity/Activation	Follow up/Next step
Monthly media contacts				
LES SPLENDEURS DU MONDE	Meeting	Oscar Rucheton Partnership Manager.	Following a previous meeting during the 2026 IFTM/Top Resa Show in Paris, BWC had a follow-up call with Les Splendeurs du Monde, one of France's leading travel media platforms in France (lessplendeursdumonde.com), with a 810K+ follower community on Instagram and Facebook. BWC will explore further interest for TSUSA to include a potential partnership in the FY27 scope of work if relevant.	See future reports for updates.
BALADES & RANDO, GALLIMARD VOYAGES, GROUPE SCP PRESSE	Meeting	Antoinette Paoli Freelance Travel Journalist.	Following BWC's January Newsletter for TSUSA, Antoinette expressed interest in a media coverage collaboration. BWC had a meeting with her to invite her to GMM 2026 and to further understand the angles she usually covers, along with the expectations she has for the travel media titles she works with. Antoinette is reviewing press trip destination option and will more likely choose South Carolina.	BWC will finalize her registration in February.
LE JOURNAL DES FEMMES	Email	Sophie Gachet Chief of Tourism Department	Woman magazine with a 19.8M monthly audience. Invitation shared for the 2026 TSUSA Marketplace and press trip.	See future reports for updates.
LA PROVENCE	Email	Laura Cialdella Chief of Tourism Department	Southeast of France regional newspaper with a travel section. 54K print circulation and 2.2M daily audience. Invitation shared for the 2026 TSUSA Marketplace and press trip.	See future reports for updates.
LONELY PLANET	Email	Charline Poullain Journalist	Outdoor and Travel-oriented media platform. 300K monthly audience. Invitation shared for the 2026 TSUSA Marketplace and press trip.	See future reports for updates.
LEBONBON.FR	Email	Sarah Leris Journalist	Lifestyle, leisure, News and Event media platform with an 850K audience. Invitation shared for the 2026 TSUSA Marketplace and press trip.	See future reports for updates
VOYAGES ET HOTELS DE REVE	Email	Alexandre Arditti Chief Editor	Luxury travel magazine with a 50K print circulation and 350K readership. Invitation shared for the 2026 TSUSA Marketplace and press trip.	See future reports for updates
20 MINUTES	Email	Jean Claude Urbin Freelance Journalist	National News media platform with a travel section. 15.5M monthly visitors. Invitation shared for the 2026 TSUSA Marketplace and press trip.	See future reports for updates

VI. Social Media.

Content

B World Communication published 10 Facebook and Instagram posts in January, with a selection of highlights and events such as Culinary/Food & Libations (Alabama, South Carolina), Neighborhoods and attractions (Kentucky, New Orleans, Tennessee, Louisiana, Missouri, Nashville) and Nature (North Carolina, Mississippi).

Facebook	January 2026	Evolution vs last month	Instagram	January 2026	Evolution vs last month
Facebook page followers	7,600	Down 0.07%	Instagram page followers	334	Up 22.86%
Facebook reach	14,431	Up 59.7%	Instagram reach	11,706	Up 65.4%
Facebook views	20,135	Up 74.8%	Instagram views	8,000	Down 19.6%
Facebook likes	47	Up 30.56%	Instagram likes	190	Down 32.62%
Facebook comments	9	Down 25%	Instagram comments	9	Even
Facebook shares	1	Up 100%	Instagram shares	0	Down 100%

Paid promotion

B World Communication published 6 sponsored posts in January, 3 Facebook posts for a total amount of \$49.31 and 3 Instagram posts for a total amount of \$49.25, totaling in \$98.56 spent on paid promotion.

The sponsored Facebook posts resulted in 23,273 views (record to date) and 555 interactions including 488 clicks on the Facebook page. The sponsored Instagram posts resulted in 9,929 views and 327 interactions including 259 clicks on the Instagram page.

January Facebook posts



Organic post with Best views



Organic post with best interactions



Best sponsored post



January Instagram posts



Organic post with best views, reach and interactions, also best sponsored post:



Post highlights

Kentucky - neighborhoods & attractions - Louisville, **New Orleans** - neighborhoods & attractions - LaPlace, **Tennessee** - neighborhoods & attractions - Pigeon Forge, **Alabama** - culinary - BBQ trail , **Louisiana** - neighborhoods & attractions - Gothic Jail of DeRidder, **Missouri** - neighborhoods & attractions - hotels , **North Carolina** - nature - Nantahala National Forest, **Nashville** - neighborhoods & attractions - Tennessee State Museum & Capitol, **South Carolina** - culinary - Michelin, **Mississippi** - nature & culture - roadtrip Natchez Trace Parkway

VII. Visit USA France membership.

Meetings, Newsletter, Workshops update, Consumer shows, E-learning, and projects.

Source	Activity/Activation	Follow up/Next step
	<p>1. 2025/2026 Membership Monthly Newsletter (French and English).</p> <p>BWC created and shared an article dedicated to the Rhythms of the South destinations, highlighting the 2026 Food & Music festivals.</p>  <p>Le calendrier 2026 des festivals d'Atlanta sera gage de moments inoubliables pour les visiteurs avec deux événements populaires en avril. Le vibrant Atlanta Dogwood Festival marquera le début du printemps avec concerts, exposition d'art et gastronomie locale, tandis que le SweetWater 420 Fest célébrera avec dynamisme la Journée de la Terre dans une ambiance conviviale.</p> <p>Mêlant l'amour de la musique et de la bonne chère, les festivals de Nashville sont aussi nombreux que variés, à l'image du Music City Irish Festival qui vibrera en mars aux rythmes de la culture irlandaise entre musique traditionnelle, danses et plats typiques.</p> <p>Le prestigieux CMA Fest sera ensuite l'occasion de réunir en juin les plus grands noms de la musique country, avant que le Bonnaroo Music & Arts Festival de Manchester ne prenne le relais pour plusieurs jours de « jam sessions » endiablées.</p> <p>À La Nouvelle-Orléans, les célébrations de Mardi Gras ouvriront le bal en janvier et février avec leurs défilés éblouissants et costumes flamboyants, suivies en avril par le French Quarter Festival, le plus grand festival gratuit de la ville qui sublime la culture locale.</p> <p>Moins connu, Satchmo SummerFest rendra hommage début août au seul et unique Louis Armstrong, à grand renfort de fanfares, musique jazz et spécialités créoles.</p> <p>Suivez nos réseaux sociaux en français : Instagram Facebook</p> <p>Link to content : Rhythms of the South : Les festivals 2026 à Atlanta, Nashville et La Nouvelle-Orléans - Office du tourisme des USA</p> <p>Performance results -Trade contacts (French version): 7,500 / Open rate: 35.5%. -Trade contact (English version): 1,000 / Open rate: 33.2%. -Media contacts: 1,000 / Open rate: 35.6%.</p>	<p>Kentucky's Outdoor gems will be highlighted in the February Newsletter.</p>

Other Travel South USA destinations were featured in the Newsletter:

Mississippi (by Visit Mississippi)



L'emblématique **Tupelo Hardware Company**, célèbre pour être le magasin où **Gladys Presley, la mère d'Elvis**, lui a acheté sa toute **première guitare en 1946**, a fermé ses portes le 31 décembre dernier. Pendant près d'un siècle, ce lieu historique tenu par la **famille Booth** a conservé sa fonction de quincaillerie locale, tout en attirant les fans du King.

Face à l'annonce de la cessation de l'activité commerciale par ses propriétaires historiques, la ville de **Tupelo** a décidé d'acquérir le site afin de préserver ce symbole du patrimoine local et de garantir son accessibilité aux visiteurs du monde entier. Une initiative forte, destinée à protéger une étape clé de **l'histoire d'Elvis Presley**.

Bien que le **Tupelo Hardware Company** ne soit plus en activité commerciale depuis le 1er janvier 2026, l'adresse du 114 West Main Street demeure un lieu de visite incontournable pour les fans d'Elvis. Les visites sont désormais organisées en lien avec l'office de tourisme de Tupelo, qu'il convient de contacter directement pour toute demande.

Situé en plein cœur du centre-ville, le site fait partie intégrante de l'« **Elvis' Tupelo Driving Tour**», aux côtés de la **maison natale d'Elvis Presley**, du **Johnnie's Drive-In** et de onze autres lieux emblématiques : un atout majeur à valoriser dans les itinéraires dédiés à la musique et à la culture américaine.

Link to content : [Un nouveau chapitre pour le Tupelo Hardware Company au Mississippi - Office du tourisme des USA](#)

Baton Rouge (by Visit Baton Rouge)



Avec l'une des **scènes culinaires les plus animées** du sud des États-Unis, Baton Rouge est l'endroit où vous trouverez des bijoux méconnus qui perpétuent les traditions ou apportent leur touche créative aux cultures **espagnole, française, africaine, asiatique** et **amérindienne** qui composent cette cuisine américaine unique.

Nichée entre le **Garden District** et l'**université d'État de Louisiane**, la zone de **Perkins Overpass** est un paradis pour les gourmets. Cet endroit regorge d'une douzaine de restaurants, bars et cafés, servant tout type de cuisine, des fruits de mer classiques aux plats réconfortants en passant par les douceurs sucrées.

La zone regorge de restaurants pour tous les styles de vie et tous les rythmes, du salon chic du **Colonel's Club** à la pizzeria locale préférée, **Digiulio Brothers Italian Café**.

Dégustez des plats classiques de Louisiane comme le **gumbo**, les **fruits de mer frits** et les **po'boys** au **Poor Boy Lloyd's** dans le centre-ville ou le célèbre « Hallelujah Crab » au Jubans Restaurant, un restaurant gastronomique incontournable à Baton Rouge depuis 1986.

À Baton Rouge, la nourriture est plus qu'un simple repas, **c'est un mode de vie**.

Chaque plat porte l'héritage des racines sudistes et cajun-créoles, offrant des saveurs qui vous encouragent à ralentir et à savourer l'instant présent.

Link to content : [Baton Rouge : Focus culinaire - Office du tourisme des USA](#)

2. Additional B2B2C Newsletter (French only).

Louisiana (by Louisiana Office of Tourism)



Bruits inexplicables, apparitions énigmatiques, l'histoire de la Louisiane mène à des expériences intrigantes, hors des sentiers battus. Dans la région de Lake Charles, Gothic Jail of DeRidder, surnommée « prison des pendus », est un lieu prisé des amateurs de phénomènes paranormaux, entre portes qui claquent, échos de voix désincarnées et présences fantomatiques.

À Cheneyville, Loyd Hall Plantation est un bijou antebellum renfermant les secrets de son ancien propriétaire William Loyd. Pendu par les soldats de l'Union lors de la guerre de Sécession, son esprit vagabonderait toujours sur place.

Le Old State Capitol de Baton Rouge dévoile quant à lui l'histoire méconnue de l'orateur et défenseur du peuple Pierre Couvillon. Victime d'une crise cardiaque après un discours enflammé sur la corruption en politique, il aurait tant aimé son travail qu'il semble n'avoir jamais quitté les lieux, traces de pas et apparitions nocturnes en attestent.

À la plantation Oak Alley, la majestueuse allée de chênes verts ne serait pas simplement un décor de carte postale mais un portail vers les secrets persistants du passé. Ombre regardant par une fenêtre, bruit d'une calèche invisible, chandelier virevoltant lors d'une visite, nombreuses sont les manifestations semblant vouloir transmettre un message.

Et que dire de La Nouvelle-Orléans et son célèbre Cimetière St. Louis No.1 ? Antre de croyances ancestrales, les fidèles se pressent sur la tombe de la prêtresse voudou Marie Laveau, déposant des offrandes et marquant de trois « x » l'entrée de sa crypte, dans l'espoir de voir leurs vœux exaucés.

Link to content : [Louisiane : entre mystères et légendes - Office du tourisme des USA](#)

Performance results

-Trade contacts: 7,500

Open rate: 31.9%.

Click rate: 1.4%.

-Consumer contacts: 38,500

Open rate: 23.3%.

Click rate: 0.9%.

Kentucky (by Visit Cincy Region)



Vous ne connaissez pas encore la région de Cincy ? Ce mois-ci, nous vous dévoilons quelques immanquables de cette destination deux-en-un, située entre l'Ohio et le Kentucky.

Côté Ohio, **Cincinnati** séduit par son ambiance chaleureuse et créative. Métropole à taille humaine, elle se découvre facilement à pied : flânez dans les ruelles d'**Over-The-Rhine**, quartier historique aux façades Renaissance italiennes, souvent utilisé comme décor de cinéma. Partout en ville, plus de **300 fresques murales** colorent le paysage urbain. Le downtown dévoile quant à lui une superbe architecture Art Deco, illustrée notamment par la majestueuse **Union Station**.

Cincinnati cultive aussi son esprit insolite : **l'American Sign Museum**, véritable temple du néon, offre une visite photogénique, tandis que le speakeasy **Ghost Baby**, niché dans d'anciens tunnels à bière, propose une expérience intimiste. Ville de foodies, ne manquez pas un arrêt au **Findlay Market** pour goûter les spécialités locales, dont le célèbre **Cincinnati Chili** et le **Goetta**.

En traversant le mythique **Roebling Bridge**, prototype du Brooklyn Bridge, on rejoint le **Kentucky** et la douceur de vivre du Bluegrass State.

Ici, on quitte l'esprit hipster de Cincinnati pour explorer **Covington**, charmante ville plus cossue, réputée pour ses distilleries de bourbon et son héritage germanique. À la **Wenzel Distillery**, les amateurs peuvent déguster un bourbon local ou même créer leur propre assemblage.

Cincy, c'est tout cela et bien plus : région historique, créative mais aussi sportive, gastronomique et culturelle, elle offre une escapade singulière et conviviale pour découvrir l'Amérique autrement.

Link to content : [La région de Cincy : un pied en Ohio, l'autre au Kentucky ! - Office du tourisme des USA](#)

Nashville (by Visit Music City)



Découvrez le rythme envoûtant de Music City à travers des expériences authentiques, créatives et résolument locales. Au-delà du Downtown, partez explorer les quartiers vibrants de Nashville, chacun révélant une personnalité unique et un charme qui lui est propre.

À **East Nashville**, les fresques colorées du street art, les boutiques vintage et les cafés de quartier façonnent une atmosphère artistique et éclectique. Flânez chez **Grimey's New & Preloved Music** ou **Fanny's House of Music** pour dénicher vinyles et trouvailles musicales, puis faites un détour par **The Shoppes at Fatherland** pour des créations 100 % locales. Pour goûter à l'esprit du quartier, installez-vous chez **Dino's Bar & Grill** autour d'un burger et d'une bière, ou laissez-vous tenter par une pizza au levain cuite au feu de bois chez **Smith & Lentz Brewing**.

Poursuivez votre exploration à **Wedgewood-Houston**, épicerie de l'art, du design et des saveurs artisanales. Visitez les galeries **CASS Contemporary** et **David Lusk Gallery**, dégustez une bière brassée sur place chez **Jackalope Brewing Company**, ou découvrez le savoir-faire d'exception de **SAVAS**, spécialiste du cuir haut de gamme.

Pour le dîner, accordez-vous une parenthèse raffinée au **Bastion**, distingué par une étoile dans le guide MICHELIN, où la cuisine inventive du Sud se déguste dans une atmosphère chaleureuse et décontractée.

À **Germantown**, ruelles pavées et charme historique servent de décor à une scène gastronomique renommée et à des expériences locales authentiques. Promenez-vous dans le **Nashville Farmers' Market**, plongez dans l'histoire au **Tennessee State Museum**, puis offrez-vous une douceur à **The Cupcake Collection**.

Pour le dîner, laissez-vous séduire par les tables acclamées de **Rolf and Daughters**, **Tailor** ou **Henrietta Red**, avant de terminer la soirée avec un cocktail chez **Mothers Ruin**, **Sauced**, ou **Close Company**, au cœur du nouveau **Neuhoff Development**.

Link to content : [Les secrets de Music City - Office du tourisme des USA](#)

3. 2026 Membership monthly banner promotion.

As each year, monthly banners are paused in January and February to create new designs and messaging. Promotion will resume in March through December 2026.

4. E-learning -Update.

The V10 version of the E-learning program came to an end in January and will be replaced by a new version (V11) as of February 2026. The TSUSA modules will be maintained or updated as mentioned in the previous reports.

5. 2026 B2B Workshops.

On January 19th, 2026, BWC registered Travel South USA to one of the 2026 annual Workshops organized by the Visit USA France team for the Trade industry. BWC will attend the November 26th, 2026, session in Paris.

Workshops USA

2026