

Best of France

# Un événement pour promouvoir la France aux Etats-Unis

**Un immense salon « Best of France » en plein air sur Times Square les 27 et 28 septembre pour promouvoir l'ensemble des talents, du savoir-faire et des forces vives de la France, piloté par le comité Amérique du Nord des CCE et avec l'appui de toutes les grandes institutions et associations françaises à New York.**



Une image de la scénographie prévue par Jean-Pierre Heim, architecte international.

**M**ieux faire connaître la France, ses produits mais aussi ses technologies et son savoir-faire, tel est l'objectif du salon Best of France qui sera organisé sur deux jours, le week-end du 27 et 28 septembre à New York dans un lieu emblématique : sur Times Square, le site le plus visité au monde. « Le comité Amérique du Nord des CCE pilote cette opération, qui se fait en association avec les représentants des pouvoirs publics et la plupart des grandes associations françaises aux Etats-Unis, dans le cadre de Best of France dont l'objectif est de promouvoir le rayonnement de la France à l'étranger », explique Paul Bensabat, président du comité Amérique du Nord des CCE et président du comité de pilotage de Best of France. Cette opération est la troisième édition de l'événement auparavant appelé Taste of France et dont la deuxième édition en septembre 2013 avait rassemblé plus de 100 000 visiteurs à Bryant Park (Cf. article CCE n° 570). Comme le précise Paul Bensabat, « l'opération continue à se développer et à évoluer, et le changement de nom reflète la réalité et l'ampleur

prise par cet événement qui déjà en 2013 dépassait largement le cadre de la gastronomie française même si cela reste un aspect important du salon. Best of France est un nom très fédérateur. Pour cette édition nous espérons avoir 250 exposants de tout le patrimoine français, et nous attendons 500 000 visiteurs ». Deux grands volets ont été rajoutés cette année : la mode avec notamment l'organisation de défilés et les nouvelles technologies avec le French Tech Village, une zone où seront présentes des startups françaises. Toutes deux auront également, pour la première fois, un espace B2B (salon VIP et *showroom* pour y accueillir les clients professionnels). La gastronomie reste une partie importante avec des partenaires très importants comme les Maîtres cuisiniers de France et l'Académie Culinaire de France. Les visiteurs auront droit à des dégustations et des démonstrations en direct. Deux opérations de *Wine Tasting* seront aussi organisées avec une centaine de vins de châteaux artisanaux haut de gamme et une vingtaine des meilleurs sommeliers de New York.

Comme en 2013 il y aura aussi une importante section technologie pour montrer les capacités de la France dans des secteurs comme les moteurs d'avion ou la 3D. La partie Art et culture sera également mise en avant avec des dédicaces de livres, le cinéma français, des expositions d'artistes français indépendants, ou encore des grands maîtres français, grâce aussi à la participation de Sotheby's. Une grande scène permettra de faire venir des groupes français musiciens, danseurs, opéra etc. Autant de performances qui seront aussi un point d'attraction pour les visiteurs. Autre poste important bien sûr le tourisme, avec une douzaine de régions françaises qui vont exposer.

La scénographie sera tout à fait spectaculaire, réalisée par l'architecte international Jean-Pierre Heim, CCE New York. Le salon démarrera à la 46<sup>e</sup> rue et remontera sur plusieurs blocs le long de Broadway.

Best of France sera donc un salon très diversifié, représentatif de tous les domaines d'excellence français. « *L'objectif central, explique Paul Bensabat, est que ce soit une expérience française pour les Américains, une vitrine de la France sur ce lieu où passent plus de 450 000 visiteurs par jour. C'est le plus grand événement français jamais organisé à l'étranger et le plus grand événement sur Times Square à part le premier de l'an* ».

L'opération se déroulera donc le dernier week-end de septembre, avec une soirée d'inauguration le vendredi soir en présence de Laurent Fabius et de nombreuses autres personnalités comme cela avait été le cas en 2013. Deux grands partenaires de l'opération permettront de donner une grande visibilité à ce salon : JC Decaux fera une campagne de communication sur la zone de New York pendant tout le mois de septembre et Havas s'occupera de mener une importante campagne de relations publiques. Le comité Amérique du Nord des CCE étant chargé du pilotage de l'opération, de très nombreux CCE sont impliqués dans l'opération, notamment bien sûr ceux de New York et se chargent de faire venir des exposants et des sponsors pour que le salon soit le plus représentatif possible de tout le patrimoine français. Le travail se fait bien sûr en collaboration avec tous les dif-

férents partenaires : ambassade, chambre de Commerce, Atout France, Bpifrance, Alliance française, Medef, Sopexa, Business France...

Trois types d'exposants sont intéressés par une présence sur ce salon :

Des entreprises déjà bien implantées sur le marché américain et à qui cet événement sert de vitrine promotionnelle exceptionnelle.

Des entreprises déjà aux Etats-Unis mais pas forcément à New York et qui veulent se faire davantage connaître des Américains.

Des entreprises pas encore implantées pour qui c'est une occasion idéale de faire une étude de marché en grandeur nature et en direct auprès des consommateurs américains, d'avoir une *feedback* et de rencontrer des partenaires. On peut d'ailleurs préciser que Best of France est une opération qui rentre dans le cadre de l'assurance prospection Coface. Ce qui signifie que les entreprises qui bénéficient du soutien de la Coface pour leur prospection du marché américain pour-

ront y inclure les frais de participation à Best of France.

Pour toutes les entreprises exposantes, c'est un lieu idéal pour rencontrer des Américains qui aiment la France et qui ont un a priori favorable à nos produits. En effet même si Times Square est connu pour être une destination touristique, des études montrent que seuls 18 % des 40 millions de visiteurs annuels sont étrangers, 82 % étant des Américains, la moitié en provenance de tout le pays, l'autre moitié de la région de New York. Une population très variée qui sera donc présente les 27 et 28 septembre et aura en commun d'être attirée par la destination France. ●

Sophie Marek

Pour visionner le film de 5 minutes qui reprend l'opération de 2013 et annonce celle de 2015 : <https://youtu.be/5XGTuxQB05U>

Pour tout renseignement complémentaire et pour s'inscrire comme exposant sur ce salon : contacter Paul Bensabat : [pbensabat@savoirFood.com](mailto:pbensabat@savoirFood.com)

We are part  
of the magic of industry

A Group with more than 5,000 people in France and worldwide.  
A wide variety of trades, a large diversity of skills.  
Engineering • Construction • Maintenance

**PONTICELL**  
ALWAYS ONE STEP AHEAD

Design: © escapades