

Japon - Voyage en train : Accueil médias

JAPON SLOW TOURISME TOURISME DURABLE

Type de rendez-vous : Rencontres médias
Marchés d'intervention : Japon
Cibles : Grand public international, Médias internationaux

Tarif sur devis

Les touristes japonais individuels sont peu motorisées pendant leur voyage en France, et ils optent pour les trains comme moyen de transfert préféré. Avec l'engouement du "slow tourisme", le voyage en train donne plus de sens aux voyageurs japonais : des paysages vus par la fenêtre, des échanges avec d'autres passagers et l'expérience d'être à bord sur des voitures modernes ou traditionnelles françaises.

Pourquoi participer

- Générer des retombées de presse
- Proposer un itinéraire de voyage en train
- Effet induit : promouvoir le slow tourism

Les médias proposant le voyage en train en France ne sont pas nombreux, c'est donc l'occasion de lancer un accueil de presse sur ce thème !?

Format

Début
01/05/2027
Fin

31/10/2027
Lieu
France
Format de l'opération

1. **Atout France sélectionne 3 médias**
2. **Chaque rédaction enverra une équipe éditoriale** avec un total maximum de 6 pax (3 journalistes, 2 photographes et 1 accompagnant-interprète Atout France) ?
3. **L'équipe parcourra** la plus belle partie de **l'itinéraire cyclable** choisi par la destination-partenaire, et réalisera le reportage sur un séjour d'une semaine maximum
4. **Production d'un article** au retour

Indicateurs de performance
La Contre-Valeur Publicitaire
Média / support
Ryoko Yomiuri, Pen, Casa Brutus, Crea Traveller, Asahi Digital etc.

Conditions

Date limite d'inscription : Mars 2027

Coût estimatif maximum par partenaire*

3 pax (1 média) :	5 pax (2 médias) :	6 pax (3 médias) :
9 800 € HT	11 600 € HT	13 500 € HT

**Hors frais d'accueil (hébergement, transports, repas)*
Hors négociations éventuelles sur les transports internationaux (3, 5 et 6 billets d'avion ici inclus par défaut)
La prise en charge totale ou partielle des vols peut être obtenue dans le cadre d'une négociation avec une compagnie aérienne, seulement si le magazine intègre une publicité de la compagnie, si le thème correspond à son positionnement.

Cibles du rendez-vous

Nombre de participants attendus
Entre 3 et 6
Profil des participants ciblés
Presse professionnelle, presse lifestyle et de tourisme

Partenaires

Profil des partenaires ciblés
Toutes destinations (et leurs partenaires hébergement, transferts, etc.)
Nombre de partenaires souhaités
1 à 3
Visibilité des partenaires
Article de 4 pages minimum par destination et par média

Contact(s)

Mayumi MASUDA
- mayumi.masuda@atout-france.fr