

Rencontres médias à Amsterdam : un temps fort pour la promotion de la France aux Pays-Bas

ARTICLE

Le 10 février, le bureau d’Atout France aux Pays-Bas a organisé son rendez-vous média annuel. 16 destinations françaises ont ainsi eu l'opportunité de rencontrer les principaux médias néerlandais spécialisés dans le tourisme.



Cette édition a également été marquée par la participation d’Eurostar, venu valoriser son offre ferroviaire entre Amsterdam et Paris. Cette liaison rapide et directe constitue une solution de mobilité durable et confortable, facilitant l’accès à la destination France depuis le marché néerlandais.

L'événement a mis en lumière la richesse et la diversité de l’offre touristique française : activités de plein air, gastronomie, culture et séjours urbains, auprès de 56 journalistes, blogueurs et créateurs de contenu néerlandais, venus découvrir les dernières actualités de la destination et échanger avec les nombreuses destinations présentes.

Ces thématiques, particulièrement plébiscitées par les médias s’adressant aux familles, aux couples et aux seniors, ont suscité un vif intérêt. Les échanges, à la fois dynamiques et constructifs, ont ainsi ouvert la voie à de nouvelles collaborations éditoriales à l’approche de la saison estivale.

Une visibilité renforcée grâce au dossier de presse numérique

Comme les années précédentes, Atout France aux Pays-Bas a créé un dossier de presse numérique présentant des idées d'activités, de restaurants et d'hébergements dans les seize destinations françaises. Dans ce dossier de presse, chaque partenaire français dispose d'une double page pour présenter sa destination et ses atouts.

L’édition 2026 se distingue par une identité graphique inspirée de la palette de couleurs de Claude Monet, en écho au centenaire de sa disparition. Le dossier de presse sera largement diffusé tout au long de l'année auprès des médias néerlandais, permettant ainsi d’inscrire dans la durée la visibilité des professionnels du tourisme français sur ce marché stratégique.