

## Pays-Bas - Campagne tourisme sportif - Life after football

PAYS-BAS

TOURISME SPORTIF

BIEN ÊTRE

CULTURE & PATRIMOINE

GASTRONOMIE

MONTAGNE

VILLE

ŒNOTOURISME

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Cibles :** Grand public international

### Tarif sur devis

Deux légendes du sport néerlandais partent à la découverte d'une destination française pendant 4 jours à travers le sport, la gastronomie, la culture et des récits personnels.

Ex de profils :

Leontien van Moorsel – ancienne cycliste professionnelle et gagnante du Tour de France femmes - 11,5k followers sur Instagram

Ses victoires sur le Tour de France femmes confèrent à son attachement à la France une authenticité sans pareille. La France n'est pas seulement une étape dans son parcours mais fait partie intégrante de son héritage sportif. Sa présence permet à la série d'explorer la France à travers le mouvement, la nature, le bien-être, la gastronomie et des réflexions personnelles.

Gregory van der Wiel – ancien joueur de football - 741k followers sur Instagram

Il entretient un lien direct avec la France grâce à son passage réussi au Paris Saint-Germain. Grâce à ses centres d'intérêt, Gregory peut relier le sport à un récit plus large sur l'art de vivre : comme la France inspire à travers la culture, la gastronomie, le design, les villes et le rythme de la vie quotidienne.

### Pourquoi participer

- S'appuyer sur des ambassadeurs de renommées internationales pour faire découvrir votre destination
- Donner l'envie de découvrir vos territoires à travers le prisme du sport mais pas uniquement
- Engager les communautés d'influenceurs et créer une conversation

### Format

Date

Format de l'opération

Accueillir pendant 4 jours/ 3 nuits 2 anciens sportifs de haut niveau et l'équipe technique (4 personnes) pour qu'ils filment leurs séjours. Durant le séjour, il faudra mêler activités et moments propices à l'échange (par exemple repas) afin qu'il puisse y avoir des moments authentiques de discussions.

À l'issu du séjour, deux reportages de 12 min, ainsi que des formats condensés pour les réseaux sociaux, seront réalisés. Il seront partagés massivement via les différents canaux de Life After Football et des sportifs eux-mêmes.

#### Indicateurs de performance

Un reach de 750.000 personnes réparties comme suit :

- Les 2 épisodes sont diffusés sur la chaine Youtube de Life After Football (200.000 vues en 1 an)
- Une bannière sur la page d'accueil de Life After Football pendant 1 mois (250.000 impressions)
- 4 advertorials sur la page d'accueil de Life After Football (100.000 pages vues)
- 4 insertions dans la newsletter de Life After Football (40.000 abonnées, taux d'ouverture de 16% et CTR 7%)
- Réseaux sociaux : de nombreux posts pendant la période de tournage en France et de nombreux posts pendant la période de publication via les comptes de Life After Football et celui des sportifs (500.000 vues)
- Un article de plusieurs pages consacré au voyage dans leur magazine Life After Football (25.000 lecteurs)
- Une page de publicité dans leur magazine Life After Football (25.000 lecteurs)

Audience : 75 % hommes 25-54 ans et 25% femmes 24-45 ans

#### Média / support

Une visibilité 360° : Youtube, web, réseaux sociaux et print

Réseau social

<https://lifeafterfootball.eu/>

# ExploreFrance

### Conditions

Coûts : 40.000€ HT hors frais d'accueil - possibilité de collaboration avec plusieurs partenaires publics ou privés.

### Partenaires

Profil des partenaires ciblés

Une collaboration entre plusieurs partenaires publics et privés