



## Plan d'actions Pays-Bas

Avec un taux de départ de 79.1% en 2024, l'un des plus élevés d'Europe, les Néerlandais confirment leur motivation pour les vacances, en particulier à l'étranger avec 63,8% de départ (CBS, 2025).

En 2024, les Néerlandais étaient 2,3 millions à choisir la France comme destination de vacances - classée en tête des destinations estivales préférées des néerlandais (CBS, 2025)  
Au total, 29,7 millions de nuitées ont été enregistrées en 2024.

Les recettes s'élèvent à 2,755 milliards d'euros en France en 2024 (Banque de France, 2025).

### Chiffres clés

**2,8**  
millions de séjours en 2024

**2,7 Mds**  
d'euros de recettes touristiques  
en 2024

**76%**  
de voyages en voiture en 2024

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

- Population : 18,1 millions d'habitants ([Statistics Netherlands](#), 2025)
- Densité de population de 547 hab/km<sup>2</sup> et 93% d'urbains ([Statistics Netherlands](#), 2025)
- Taux de croissance : +1,1% en 2025 et 1.2% prévisionnel 2026 (IMF, 2025)
- PIB par habitant : 60.5000 EUR en 2025 ([IMF](#), 2025)
- Taux de chômage : 3,8% en 2025 et 4% prévisionnel 2026 ([IMF](#), 2025)
- Taux d'inflation : 2.8% en 2025 et 2.2% prévisionnel 2026 ([IMF](#), 2025)

### Positionnement de la destination France

**La France est la deuxième destination des Néerlandais** avec une part de marché de 15.5% après l'Allemagne 16.7% et devant l'Espagne 13.4% et la Belgique 11.6% (Vakanties van Nederlanders, 2025, [Centraal Bureau voor de Statistiek](#) )

- ?Nombre d'arrivées en France : 2,843 millions de séjours en France en 2024 (Vakanties van Nederlanders, 2025, [Centraal Bureau voor de Statistiek](#))
- Recettes pour la destination France : **2,755 milliards d'euros en 2024** (Banque de France)
- 1er marché pour la destination France sur les séjours d'une semaine ou plus (CBS)
- 1ère clientèle dans l'**Hôtellerie de plein air** (12 millions de nuitées, INSEE), 2ème clientèle étrangère pour les **sports d'hiver** en 2022-23 (14% des nuitées, ANMSM – Atout France)
- Durée moyenne de séjour : **11,4 nuitées** en 2024 (CBS)
- Modes de transport : **voiture à 76%** puis train à 10% (2023, CBS)

**Connectivité aérienne** : une trentaine de dessertes disponibles vers la France (1/4 environ saisonnières été ou hiver) ; Depuis Amsterdam : Paris (CDG), Paris Orly (ORY), Rennes (RNS), Nantes (NTE), Bordeaux (BOD), Biarritz (BIQ), Toulouse (TLS), Montpellier (MPL), Marseille (MRS), Nice (NCE), Lyon (LYS)  
Depuis Rotterdam : Toulon (TNL), Bergerac (EGC)  
Depuis Eindhoven : Nice (NCE)

**Connectivité ferroviaire** : Eurostar relie Amsterdam via Schiphol et Rotterdam à Paris (10/jour) + Marne la Vallée/CDG/Disneyland Paris (2/jour) + Eurostar Snow offre une connexion vers les Alpes françaises (20/12/2025-04/04/2026).

En 2025, fin du service Eurostar Soleil.

Nouvelle rotation de train NS entre Amsterdam et Bruxelles depuis le 15/12/2024 avec une fréquence de 16 à 32 trains par jour.

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

**Parmi les principales motivations des Néerlandais pour se rendre en France figurent en bonne place :**

- Une appétence pour le littoral et la campagne / montagne où ils peuvent profiter d'une grande variété d'activités de plein air (cyclotourisme, randonnées) et de milieux naturels (recherche de grands espaces) ;
- Les visites de villes ;
- Une offre de qualité en hôtellerie de plein air haut de gamme (4-5\*) et en locations de maisons / villas ; hôtellerie pour tous les besoins (y compris pour cyclotourisme)
- Une bonne qualité des services pour les enfants / familles ;
- Héliotropisme, dépaysement, offre quatre saisons.

### **Activités favorites :**

- Activités de pleine nature : randonnées pédestres (tous niveaux), cyclotourisme, nage, canoë...
- Visites de musées et sites patrimoniaux ou de mémoire
- Gastronomie et œnotourisme
- Shopping
- Tourisme urbain

### **Tourisme d'affaires :**

En direction de la France, les entreprises néerlandaises vont favoriser l'organisation de meetings, incentives et événementiels. La France dispose d'une bonne accessibilité notamment ferroviaire, riche d'un patrimoine culturel, d'une gastronomie reconnue, et d'une variété de villes et territoires pour une offre globale différenciante.

### **Destinations favorites en France :**

Les Néerlandais se répartissent plutôt bien sur tout le territoire selon les clientèles / types de séjours / saison, au global les régions les plus visitées et sans classement : Paris Région, Région Sud, Auvergne-Rhône-Alpes, Nouvelle-Aquitaine, Normandie, Occitanie, Bretagne.

### **Sensibilité ou non au tourisme durable :**

30% des Néerlandais considèrent qu'il est important de considérer la durabilité et de minimiser l'impact sur l'environnement dans le choix de la destination et 60% choisissent une autre destination pour éviter les conditions météorologiques extrêmes (NBTC, 2025).

### **Mode de réservation :**

- o 66% des Néerlandais préfèrent réserver leur séjour en ligne ([DPG Media 2024](#)) et 66% auprès d'un prestataire de confiance
- o 12% des Néerlandais préfèrent réserver auprès d'un agent de voyages ([DPG Media 2024](#))
- o 63% des réservations sont pour de l'hébergement sec
- o 35% des hébergements sont réservés en direct
- o Packages : 4% des réservations
- o Séjours sur mesure et circuits : 13% (hébergements, activités, transport)
- o Transport : 3% (sites des transporteurs)
- o Plus d'un néerlandais sur 2 voyage exclusivement avec son ou sa partenaire ([DPG Media 2024](#))
- o 26% des Néerlandais estiment qu'il est difficile de trouver des endroits satisfaisants pour toutes les générations ([DPG Media 2024](#))

### **Saisonnalité :**

*Poids des séjours par saison* : 49% été (dont septembre) ; 22% printemps ; 21% automne ; 8% hiver (dont Noël). 72% des Néerlandais partent entre mai et septembre.

Phases d'inspiration et de réservation pour chaque saison : 44% des Néerlandais commencent à planifier leurs grandes vacances 6 mois ou plus à l'avance (Onderzoek naar het vakantiegedrag van Nederland, 2024, [DPG Media](#))

o 65% des Néerlandais ont été inspiré par des médias ([DPG Media 2024](#))

o 39.3% des Néerlandais partent en vacances l'été, ils sont 27.7% à privilégier les séjours en maison de vacances ou en mobil-home

*Familles* : réservations entre novembre et février pour les vacances scolaires d'été, et entre janvier et mars pour les vacances scolaires de mai.

## **Recommandations pour aborder ce marché**

### **Recommandations pour aborder ce marché**

La France reste une destination prioritaire pour les Néerlandais, en revanche la clientèle est sensible au rapport qualité/prix des prestations, à la qualité et aux nouveautés en matière d'hébergements.

Les Néerlandais utilisent quotidiennement au moins deux réseaux sociaux différents Les plus populaires sont, par nombre d'utilisateurs, Whatsapp, YouTube, Facebook et Instagram) (National Social Media Onderzoek, 2025, [NewCom](#))

Les Néerlandais partagent généreusement leurs expériences de vacances sur les réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp, Pinterest, Tiktok ou Instagram.

**Il convient donc de donner une meilleure visibilité au « produit France » sur les sites Internet de ventes** et de partage face à la concurrence, d'optimiser les moyens de communication liés aux réseaux sociaux, aux réseaux professionnels et journalistiques locaux.

68 % des consommateurs sont plus enclins à acheter des produits et services auprès d'entreprises perçus comme responsable (What matters to today's Dutch consumer, 2025, [Capgemini](#))

Les Néerlandais apprécient de pouvoir consulter les informations et contenus des destinations dans leur langue, en néerlandais. À défaut d'une traduction complète sur votre site, quelques pages d'accueil en néerlandais suffiront pour ensuite diriger le client vers l'anglais.

**Bon à savoir :**

- 75% des Néerlandais règlent leurs achats en ligne avec le système iDeal, virements bancaires instantanés. (Leading Online Payment Methods, [Dutch Payments Association](#))
- 37 % des achats en ligne sont réalisés depuis un téléphone, il est important de mettre en place des sites responsives (E-commerce Payments by Device, Page 9, [Dutch Payments Association](#)) pour faciliter la transformation
- 13.9 % du parc automobile est constitué de véhicules électriques ou hybrides en 2024 (Mobiliteit in Cijfers Auto's, [BOVAG & RAI Vereniging](#))
- Les Pays-Bas comptent 10,6 millions de cyclistes amateurs (Recreatief fietsen, 2025, [fietsplatform](#)) et parmi eux 44% utilisent généralement un vélo électrique. Actuellement le parc à vélo néerlandais est composé de 24,1 millions de vélos dont environ 4.2 millions de e-bikes.

## Revoir les webinaires Atout France Live

### **Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.**

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.

#### **En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :**

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

[webinaires Atout France Live](#)

# Le marché Pays-Bas en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### PAYS-BAS



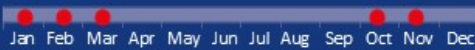
#### Quelques données économiques

- 18,1 MILLIONS d'habitants
- 60 500 € PIB / habitant
- +1.1% CROISSANCE PIB en 2025 +1.2% prev. en 2026

#### Période de séjours en France

- 22% PRINTEMPS
- 49% ÉTÉ
- 21% AUTOMNE
- 8% HIVER

#### Période de réservation



#### Principales destinations visitées en France



#### Données touristiques en 2024

- 2,8 MILLIONS de séjours touristiques
- 1ère clientèle en France en hôtellerie de plein air
- 2,7 MILLIARDS de recettes touristiques
- 11,4 NUITEES = Durée moyenne de séjour

#### Principaux bassins émetteurs



Randstad (Amsterdam, Rotterdam, La Haye) – Hollande du Sud et du Nord – Brabant Nord – Utrecht - Gueldre

#### Profil des voyageurs

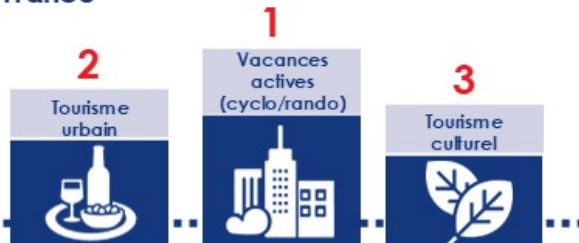


LA FRANCE est la 2ème destination des Néerlandais à l'étranger après l'Allemagne.



- Les Néerlandais voyagent en famille à 35% et en couple à 42%.
- Ils dépensent en moyenne 967 € par personne et par séjour.
- 76% viennent en voiture, en train à 10%, puis en avion à 4%

#### TOP 3 des motivations de voyages en France



Sources : CBS, Banque de France, FMI, Atout France  
Contact marché Pays-Bas | catherine.oden@atout-france.fr

## Prestations proposées sur ce marché

### Les évènements programmés

- [Pays-Bas - 2026 - B2B - Explore France](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Pays-Bas - 2026 - MICE - Let's meet the MICE industry](#) : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateur d'événements MICE internationaux
- [Pays-Bas - Workshop presse 'Tourisme urbain'](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Pays-Bas - Workshop BtoB Sports d'hiver](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Pays-Bas - Workshop presse 'Montagnes Hiver' 2026](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Voyage d'étude MICE 2026 – Pays-Bas - Durabilité & Innovation](#) : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateur d'événements MICE français

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Partez à la rencontre des professionnels du tourisme néerlandais (tour-opérateurs, agents de voyage indépendants, etc) lors de notre événement "Explore France", le mardi 10 novembre 2026 à Amsterdam.

Cet événement est organisé dans l'objectif de réunir les destinations françaises, les hôteliers, les réceptifs et les acteurs de la profession afin de favoriser les échanges entre les professionnels du tourisme franco-néerlandais dans un cadre décontracté, et ainsi d'augmenter une programmation qualitative de la destination France sur le marché néerlandais notamment sur les ailes de saison.

## OBJECTIFS

- Développer votre réseau à l'international
- Identifier de nouvelles opportunités business et augmenter la programmation avec production de nouvelles offres/packages
- Gagner en visibilité sur le marché néerlandais (mise en avant d'offres slow tourisme, hébergements/activités insolites, éco-tourisme, produits locaux et surtout les nouveautés)

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels, hébergeurs, réceptifs, itinérances douces, villes, court-séjours, proposant des activités insolites (sportives, culinaires, culturelles)

### Nombre de partenaires souhaités :

15

### Visibilité partenaire :

- Production et diffusion d'un article de présentation sur le blog B2B géré par Atout France - Envoi d'une invitation via le fichier B2B de Atout France aux Pays-Bas (environ 1 325 contacts TO/AGV) et une mention dans le magazine professionnel TravMagazine (8 900 contacts TO/AGV) avec un lien vers l'article de présentation sur le blog - Présentation des partenaires Français dans un e-zine dédié TravMagazine auprès de 8 900 contacts TO/AGV du magazine TravMagazine - Post sur le compte LinkedIn d'Atout France Pays-Bas

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : Vendredi 10 juillet 2026

### Précisions tarifaires :

Tarif Early Bird valable jusqu'au 26 juin 2026 : 1350 HT\*

Tarif normal : 1485 HT\* \*valable pour tous les adhérents

Atout France à jour dans leur cotisation

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Explore France 2026 - Pays-Bas*

Date de la session : 10 novembre 2026

Date limite d'inscription : 10 juillet 2026

### Format de l'opération :

Rencontre networking avec walking lunch

### Indicateur de performance :

- Nombre de partenaires français
- Nombre de professionnels néerlandais
- Nombre de rendez-vous
- Taux de satisfaction des participants

### Edition précédente :

L'édition 2025 en quelques chiffres :

- 22 partenaires français

- 31 professionnels néerlandais

### Profil visiteur :

Tour-opérateurs, OTA, conseillers de voyages indépendants

### Visiteur attendu :

20

### Reseau social :

<https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands/>

**Kramer - Jojanneke** jojanneke.kramer@atout-france.fr

**Catherine Oden** catherine.oden@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux

**Espaces et filières :**

## OBJECTIFS

- Promouvoir vos offres MICE auprès de professionnels ciblés
- Renforcer votre présence ou lancer votre stratégie d'internationalisation sur le sol néerlandais
- Développer votre networking avec des acteurs clés de la profession

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels & Partenaires privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

10

**Visibilité partenaire :**

- Production et diffusion d'un article de présentation sur le blog B2B géré par Atout France - Envoi d'une invitation via le fichier B2B de Atout France aux Pays-Bas (environ 1325 contacts MICE/TO) et une mention dans le magazine professionnel MICE SUMMIT (3900 contacts MICE) - Présentation des partenaires Français dans un e-zine dédié MICE FRANCE auprès de 3900 contacts MICE du magazine MICE SUMMIT - Projection d'une courte présentation de vos points forts (USP Unique SellingPoints) en boucle pendant le networking - Post sur le compte LinkedIn d'Atout France Pays-Bas

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

Date limite d'inscription : Vendredi 24 juillet 2026

**Précisions tarifaires :**

Tarif Early Bird valable jusqu'au 26 juin 2026 : 1500 HT\*

Tarif normal : 1650 HT\* \*valable pour tous les adhérents

Atout France à jour de leur cotisation

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Let's meet the MICE industry 2026 - Pays-Bas*

Date de la session : 26 novembre 2026

Date limite d'inscription : 10 juillet 2026

**Format de l'opération :**

Rencontre networking avec walking dinner

**Indicateur de performance :**

- Nombre de partenaires français

- Nombre de professionnels néerlandais

- Nombre de rendez-vous

- Taux de satisfaction des participants

**Profil visiteur :**

Agences MICE, conseillers de voyages indépendants MICE, tour-opérateurs organisant des voyages incentives/groupes sur mesure

**Visiteur attendu :**

10-15

**Reseau social :**

<https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands/>

**Catherine Oden** catherine.oden@atout-france.fr  
**Kramer - Jojanneke** jojanneke.kramer@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

# PAYS-BAS - WORKSHOP PRESSE 'TOURISME URBAIN'

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Médias internationaux

## OBJECTIFS

- Mise en avant et présentation directe de votre offre et de vos nouveautés auprès des médias néerlandais
- Prise de contact et renouvellement de vos contacts néerlandais
- Mise en place de voyages de presse / reportages dans votre destination

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (CRT / CDT / OT...) et privés.

### Nombre de partenaires souhaités :

8-12

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

Deadline : le 17 juillet 2026 (ou le 15 mai 2026 pour profiter du Tarif Early Bird)

### Précisions tarifaires :

Tarif Early Bird : € 1 305 HT (+ € 200 HT pour une personne supplémentaire) Tarif normal : € 1 450 HT (+ € 200 HT pour une personne supplémentaire)

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Tourisme Urbain 2026 - Pays-Bas*

Date de la session : 01 octobre 2026

Date limite d'inscription : 17 juillet 2026

### Lieu :

Amsterdam ou Utrecht

### Format de l'opération :

Rencontre networking avec walking lunch

### Indicateur de performance :

- Nombre de contacts et nouveaux contacts par exposant
- Nombre de rendez-vous sur la journée
- Retombées RP pour les partenaires sur 2026/2027
- Nombre de reportages et accueils organisés à la suite de la rencontre

### Edition précédente :

Tourisme Urbain 2023, en chiffres :

- 9 partenaires français
- 24 participants

### Profil visiteur :

Print (quotidiens et magazines) ainsi que online (blogueurs, vlogueurs et instagramers), notamment dans les domaines séjour en ville, culture et patrimoine, gastronomie, voyage, France, féminin, famille, sénior, voyage en train et lifestyle

### Visiteur attendu :

25 à 30

### Reseau social :

<https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands/>

**Van Aerts - Sannerien** sannerien.van-aerts@atout-france.fr

**Lydia BEERENS** Lydia.Beerens@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

## OBJECTIFS

- Mise en avant et présentation de votre destination auprès des professionnels du tourisme
- Favoriser le développement de la programmation de votre destination ou votre produit touristique
- Renouer vos liens avec les professionnels néerlandais ou en nouer de nouveaux

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et partenaires privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

10 à 17 partenaires

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

Date limite d'inscription : Vendredi 19 juin 2026  
Date limite de restitution des éléments livrables : Vendredi 10 juillet 2026

**Précisions tarifaires :**

Tarif normal : 1350 HT\* Tarif non adhérent : 1687,50 HT  
\*valable pour tous les adhérents Atout France à jour dans leur cotisation

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Workshop Sports d'hiver - Pays-Bas*

Date de la session : 10 septembre 2026

Date limite d'inscription : 10 juillet 2026

**Lieu :**

Amsterdam

**Format de l'opération :**

Rencontre networking avec diner

**Indicateur de performance :**

- Nombre de partenaires français
- Nombre de professionnels néerlandais
- Nombre de rendez-vous
- Taux de satisfaction des participants

**Profil visiteur :**

Tours opérateurs spécialisés dans les séjours à la montagne hiver

**Visiteur attendu :**

10 à 17 partenaires

**Reseau social :**

<https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands/>

**Kramer - Jojanneke** [jojanneke.kramer@atout-france.fr](mailto:jojanneke.kramer@atout-france.fr)

**Catherine Oden** [catherine.oden@atout-france.fr](mailto:catherine.oden@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas  
**Type de rendez-vous :**  
**Public attendu :** Médias internationaux  
**Espaces et filières :**

Rencontre presse pour lancer la nouvelle saison d'hiver 26/27 des montagnes françaises. Le 3 septembre 2026 à Amsterdam.

## OBJECTIFS

- Mise en avant et présentation de votre offre et de vos nouveautés "Montagnes en hiver" auprès des médias néerlandais
- Prise de contact et renouvellement de vos contacts néerlandais
- Mise en place de voyages de presse / reportages dans votre destination

## PARTENAIRES

**Nombre de partenaires souhaités :**  
10-17 partenaires

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Montagnes Hiver 2026 - Pays-Bas*

Date de la session : 03 septembre 2026  
Date limite d'inscription : -

### Lieu :

Amsterdam

### Format de l'opération :

Rencontre networking

### Indicateur de performance :

- Nombre de contacts et nouveaux contacts par exposant
- Nombre de rendez-vous sur la journée
- Retombées RP pour les partenaires sur 2026/2027
- Nombre de reportages et accueils organisés à la suite de la rencontre

### Edition précédente :

L'édition 2025 en chiffres :

- 12 partenaires français

### Profil visiteur :

Print (quotidiens et magazines) ainsi que online (blogueurs, vlogueurs et instagramers), notamment dans les domaines montagnes, rando, vélo, outdoor, camping, voyage, France, féminin, famille, sénior et lifestyle.

### Visiteur attendu :

25 à 30

### Reseau social :

<https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands/>

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

# VOYAGE D'ÉTUDE MICE 2026 – PAYS-BAS - DURABILITÉ & INNOVATION

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE français

**Espaces et filières :**

Concept de voyage d'étude pour découvrir les innovations MICE d'un autre pays.

## OBJECTIFS

- Benchmarker et découvrir les différentes innovations MICE inspirantes
- Guider la destination France vers la mise en place de nouvelles solutions innovantes, durables et technologiques

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Hebergeur, DMC, CVB

**Nombre de partenaires souhaités :**

4 à 6

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

Mars 2026

**Site d'inscription :**

[Dossier technique - Voyage d'étude MICE Pays-Bas - Janvier 2026](#)

**Précisions tarifaires :**

2 350 € HT

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Voyage d'étude MICE 2026 – Pays-Bas - Durabilité & Innovation*

Date de début : 07 septembre 2026

Date de fin : 09 septembre 2026

Date limite d'inscription : 05 mars 2026

**Lieu :**

Amsterdam - La Haye - Rotterdam (à confirmer)

**Format de l'opération :**

Voyage d'étude

**Indicateur de performance :**

satisfaction participants

**Profil visiteur :**

Professionnels MICE

**Visiteur attendu :**

4 à 6

**Sandie Meyniel** [sandie.meyniel@atout-france.fr](mailto:sandie.meyniel@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

## Les opérations à la carte

2025

- [Pays-Bas - Campagne Slow Tourisme](#) : Campagnes / Grand public international
- [Pays-Bas - Campagne Hôtellerie de Plein Air & Glamping](#) : Campagnes / Grand public international
- [Pays-Bas - Accueil influenceurs néerlandais](#) : Campagnes / Grand public international
- [Pays-Bas - Promotion digitale personnalisée sur France.fr](#) : Campagnes / Grand public international
- [Pays-Bas - Campagne Cyclotourisme](#) : Campagnes
- [Pays-Bas - Partenariat Columbus Magazine et Podcast](#) : Campagnes
- [Pays-Bas - Presse - Accueil groupe](#) : Campagnes / Médias internationaux
- [Pays-Bas - Communiqué de presse dédié](#) : Campagnes / Médias internationaux
- [Pays-Bas - B2B - E-Newsletter B2B](#) : Communication B2B / Professionnels internationaux
- [Pays-Bas - Partenariat avec la plateforme RouteYou](#) : Campagnes / Grand public international
- [Pays-Bas - Partenariat avec l'application Travel Diaries](#) : Campagnes / Grand public international
- [Pays-Bas - Achat d'espaces - Leisure Travel Media](#) : Campagnes / Grand public international
- [Partenariat avec l'application Komoot, opération multipartenaires et multimarchés](#) : Campagnes / Grand public international

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Tourisme durable , Slow tourisme , Activités outdoor, Vélotourisme, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie

Campagne pour le slow tourisme dans toutes ses pratiques : mobilité durable, urbain, culturel, randos, vélo ou tourisme fluvial...

Les Néerlandais se tournent plus nettement vers un tourisme écoresponsable, proche de la nature, des grands espaces, dans le respect des habitants.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels ou privés avec une offre tourisme durable et slow

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Campagne multimédias avec package digital

Print (si souhaité) : publipédagogique magazine affinitaire (Bergen, Naturescanner, National Geographic, Hapinez, Fiets Actief, Flow,...).

Influence (si souhaité) : Accueil dans la destination créateurs/créatrices de contenus ecofriendly sur le thème de la durabilité en France.

Exemples de profils réputés et engagés :

@lisagoesvegan (53K followers), @cunodebruin (95K followers), @theoutdoors (17K followers), @thegreenlist (50K followers), @hetkanwel.nl (20K followers)

Possibilité de partenariat avec Bever, un magasin d'équipements outdoors

**Indicateur de performance :**

Digital : reach / Impressions, taux de clics et d'engagement.

Presse Magazine : lectorat et tirage

Influence : Nombre d'impressions de posts et stories Instagram / TikTok, taux d'engagement

Nombre de lecteurs de l'article de blog éventuel

**Media / Support :**

Réseaux sociaux, sites web et magazines affinitaires : pleine nature / bien-être / activités outdoor / voyage durable / conscious lifestyle

**DEN BROEDER - Eva** [eva.den-broeder@atout-france.fr](mailto:eva.den-broeder@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

# PAYS-BAS - CAMPAGNE HÔTELLERIE DE PLEIN AIR & GLAMPING

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Campagne , Littoral , Montagne, Slow tourisme , Tourisme durable

Campagne dédiée à l'Hôtellerie de Plein Air dans toutes ses pratiques de mars à octobre, pour tous les types de voyageurs : familles en mai et en été, empty nesters, Millenials, couples et familles avec enfants

de moins de 4 ans en hors saison

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés avec offre Hôtellerie de Plein Air

## FORMAT

### Lieu :

### Format de l'opération :

Campagne multimédia avec base package digitale : native advertising ou social media

Partenariat possible avec des acteurs de l'HPA aux Pays-Bas : packages négociés avec ACSI, ANWB / pincamp, partenariat commercial avec 32 Juillet (Camper contact, camping Frankrijk,...).

TV (si souhaité) : Accueillez les équipes de l'émission télévisée Campingtijd dédiée à l'hôtellerie de plein air, de la chaîne RTL 4 (chaîne privée leader aux Pays-Bas), pour un épisode consacré à votre destination. Lors de cet épisode, les présentateurs Sander ou Jessica découvrent 1 ou 2 campings de la destination et explorent les lieux de visites incontournables dans les alentours.

### Indicateur de performance :

KPIs digitaux : taux de clics, taux d'engagement, reach, impressions, vues vidéos

Magazine : lectorat et tirage

Partenariat commercial : nombre de ventes, panier moyen et chiffres d'affaires

TV : Nombre de téléspectateurs en prime time, nombre de téléspectateurs lors des rediffusions

### Media / Support :

- Online : sites affinitaires Camping / Familles / Seniors / Millenials, réseaux sociaux

- Multi-support pour les partenariats avec des acteurs de l'HPA (online et/ou offline)

**DUCHENE - Nolwenn** nolwenn.duchene@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Shopping, Slow tourisme , Vélotourisme, Ville

Accueil d'au moins un créateur de contenu (Instagram et/ou TikTok) dans votre destination.  
Possibilité d'acheter du contenu (photos et/ou vidéos) pour une utilisation libre de droit.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnel ou privés avec une offre tourisme durable et responsable

**Nombre de partenaires souhaités :**

1 par accueil (plus ses partenaires territoriaux)

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Accueil dans la destination de 4 jours / 3 nuits d'au moins un créateur/créatrice de contenus sur le thème de votre choix.

**Indicateur de performance :**

- Nombre d'impressions de posts et stories Instagram / TikTok, taux d'engagement
- Nombre de lecteurs de l'article de blog éventuel

**Media / Support :**

Exemples de profils réputés : @travelalut (37K followers), @chloe.sterk (31K followers), @roosfreije (33K followers), @bartsboekje (93K followers), @marcorama (69K followers)

**DEN BROEDER - Eva** [eva.den-broeder@atout-france.fr](mailto:eva.den-broeder@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Bien être, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Littoral , Montagne, Shopping, Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Bénéficiez d'une visibilité sur les supports digitaux de France.fr aux Pays-Bas pour promouvoir une destination, un événement ou un produit.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels ou privés ciblant la clientèle néerlandaise (familles, couples)

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Rédaction et publication d'un article sur le site France.fr en néerlandais sur le sujet de votre choix, création d'un post sur notre page Facebook et une insertion dans notre newsletter avec pour objectif de générer du trafic vers l'article.

*Les sites NL et BE-NL sont communs, vous donnant une visibilité sur ces deux clientèles.*

**Indicateur de performance :**

**France.fr :** pages vues, pages vues uniques, temps moyen de lecture et taux de rebond

**Facebook :** impressions, volume d'engagement et taux d'engagement

**Newsletter :** ouvertures, clics sur le lien (et temps moyen de lecture si renvoi vers France.fr)

**Media / Support :**

Site France.fr (néerlandais), page Facebook, newsletter (Pays-Bas)

**Reseau social :**

[Facebook](#)

**DEN BROEDER - Eva** [eva.den-broeder@atout-france.fr](mailto:eva.den-broeder@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Espaces et filières :** Tourisme durable , Vélotourisme, Montagne, Campagne , Littoral

Campagne promouvant le cyclotourisme dans toutes ses pratiques : itinérance, vélo sportif (vélo de route, VTT, VAE, gravel bike, montagne...), excursionniste.

Possibilité de capitaliser sur de grands événements sportifs tels que le passage du Tour de France.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels ou privés avec une offre d'itinéraires et offres cyclo

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Campagne multimédias avec package digitale : réseaux sociaux et partenariats avec un média spécialisé (Fiets, Wielerflits online, CycloWorld, In de Leiderstrui, Cyclingdestination.cc...)

Print (si souhaité) : publiédactionnel dans un magazine affinitaire (FietsActief, Ride magazine, Fietssports, Fietserbond...)

Sur demande : partenariat commercial avec un TO spécialisé  
Nouveaux médias spécialisés :

- Zijwielrent : focus sur les femmes cyclistes. Attire entre 15 000 et 20 000 visiteurs uniques par mois. Relais sur leurs réseaux sociaux (Instagram, Facebook et X/Twitter).

- Climbfinder : spécialiste des ascensions, répertorie et recense les ascensions les plus célèbres d'Europe, du mur de Bretagne aux épingles de l'Alpe d'Huez. Actif sur leur site web (21M de pages vues en 2024, 4 millions de visiteurs uniques)

**Indicateur de performance :**

Digitale : reach / Impressions, taux de clics et d'engagement.  
Presse Magazine : lectorat et tirage

**Media / Support :**

Réseaux sociaux, sites web et magazines affinitaires vélo / pleine nature.

**DEN BROEDER - Eva** [eva.den-broeder@atout-france.fr](mailto:eva.den-broeder@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Espaces et filières :** Tourisme durable , Activités outdoor, Culture & patrimoine, Slow tourisme

Collaboration 360 avec un media voyage influent pour un tourisme écoresponsable en toute saison

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels ou privés avec une offre tourisme durable et slow

**Nombre de partenaires souhaités :**

3 dans l'année

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Campagne multimedia avec publiereportage magazine et en ligne, podcast et push online.

**Indicateur de performance :**

Numérique : reach / Impressions, taux de clics et d'engagement.

Presse Magazine : lectorat et tirage

Podcast : nombre d'auditeurs, durée d'écoute moyenne

**Media / Support :**

Magazine Columbus Travel :

Tirage : 17.000 exemplaires / 150.000 reach par edition

Site internet : 300.000 pages vues par mois

Newsletter : 72.000 abonnés

Réseaux sociaux : Facebook : 29.000 abonnés et Instagram : 19.000

**DUCHENE - Nolwenn** nolwenn.duchene@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas  
**Public attendu :** Médias internationaux

Un voyage de presse groupe permettant de faire découvrir votre destination autour d'une thématique spécifique par plusieurs médias dans le même accueil. En général, sur 4 jours / 3 nuits avec 3 ou 4 journalistes/blogueurs + une accompagnatrice d'Atout France.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels (CRTs, CDTs, OTs...) et privés

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**  
Accueil de presse groupe, accompagné par Atout France

**Indicateur de performance :**

- Nombre de participants
- Nombre de retombées

**Profil visiteur :**

**Media / Support :**  
Presse écrite (magazine/journaux) et supports online (blogs & réseaux sociaux)

**Reseau social :**  
[Atout France - Netherlands](#)

**Van Aerts - Sannerien** sannerien.van-aerts@atout-france.fr  
**Lydia BEERENS** Lydia.Beerens@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas  
**Public attendu :** Médias internationaux

Un communiqué de presse dédié à votre destination et envoyé à nos contacts médias (environ 350 journalistes, bloggeurs et influenceurs, selon la thématique) avec segmentation affinitaire par envoi avec les nouveautés de votre destination, ouvertures, informations d'intérêt public...

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels (CRTs, CDTs, OTs) et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

Maximum 2 par communiqué (partenaires d'une même destination / sites)

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Communiqué de presse numérique (±700 mots + visuels et liens)

**Indicateur de performance :**

Environ 15 jours après envoi, vous recevrez un aperçu du :

- Nombre de destinataires
- Taux d'ouverture
- Nombre de retombées

**Media / Support :**

Presse écrite (magazines/journaux), supports online et influenceurs.

**Reseau social :**

[Atout France - Netherlands](#)

**Van Aerts - Sannerien** [sannerien.van-aerts@atout-france.fr](mailto:sannerien.van-aerts@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Communication B2B

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Bien être, Culture & patrimoine, Slow tourisme , Vélotourisme

Votre texte dans un e-newsletter dédiée à destination des professionnels néerlandais, leisure ou MICE

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, hébergeurs, réceptifs, transporteurs, sites culturels, œnotourisme, prestataires des activités

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Réserver un ezine dédié by TRAVelMedia, à €1950 HT (400 mots, 6 visuels/logo/adresse du contact), envoyé aux 8900 adresses pro leisure (TO, Agences des voyages indépendant) ou pour €1750 HT aux 3900 contacts MICE. Cet ezine dédié sera aussi mentionnée sur notre Blog B2B.

**Indicateur de performance :**

Uniquement possible de l'article sur notre blog

- Taux et nombre de clics sur l'insertion
- Taux d'ouverture
- Nombre de lecteurs de l'article blog (le cas échéant)

**Media / Support :**

E-newsletter

**Reseau social :**

[Atout France - Netherlands](#)

**Kramer - Jojanneke** [jojanneke.kramer@atout-france.fr](mailto:jojanneke.kramer@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](http://atout-france.fr)

# PAYS-BAS - PARTENARIAT AVEC LA PLATEFORME ROUTEYOU

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Campagne , Littoral , Montagne, Slow tourisme ,  
Tourisme durable , Vélotourisme

RouteYou est une plateforme dédiée à l'exploration et la création d'itinéraires outdoor multi-disciplinaires. A pied (marche, hiking, running, trail running...) à vélo (loisirs, vélo de course, VTT, gravel...) à moto, en voiture, à cheval, en canoë, en camping-car, etc... Plus de 40 d'activités de plein air sont présentes sur RouteYou.

Le site web et l'appli touchent 15 millions d'utilisateurs uniques par an dont 4 millions aux Pays-Bas. Des randonneurs locaux aux cyclistes sur route novices, en passant par les vététistes expérimentés et les randonneurs les plus courageux. La plateforme permet à tous de trouver, planifier et découvrir facilement des itinéraires, ou plutôt des expériences en plein air.

RouteYou fait partie du groupe de médias européen Mediahuis et offre également des possibilités de

visibilité dans des journaux.



## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privées, ciblant la clientèle néerlandaise (famille, couples)

## FORMAT

### Format de l'opération :

#### 2 formules possibles :

Création d'une chaîne PRO -ou- ENTREPRISE pour afficher votre présence sur RouteYou  
Mise en ligne de vos itinéraires et points d'intérêt. (Facilité de créer des flux API avec des bases de données comme Tourinsoft, Apidae et autres...)  
Création des « RouteYou Sélections » incluant vos itinéraires emblématiques  
Suivi de la performance de vos campagnes via les statistiques en temps réel  
Grâce à un compte PRO ou compte ENTREPRISE sur RouteYou, vous n'avez pas de publicité autour de vos contenus et tous vos itinéraires seront accessibles à tous les utilisateurs de RouteYou. (Y compris ceux qui n'ont pas d'abonnement payant.)  
Navigation avec instructions vocales Turn-by-Turn  
Utilisation hors ligne des itinéraires  
Téléchargement comme fichier GPX  
Impression dans différents formats (personnalisée avec votre logo)

### Média package 1 - PRO

- **Création d'une chaîne PRO** au nom de votre destination avec vos itinéraires et points d'intérêts.
- **Pro Support Pack** pour vous accompagner pour la mise en place et l'utilisation de la plateforme RouteYou.
- **1 article actu sponsorisé** de votre choix sur votre destination, promu grâce à nos newsletters, notifications et fils d'actualité.
- **Exclusivité Atout France - Itinéraires sponsorisés, 30.000 vues offertes** pour les itinéraires que la destination souhaite promouvoir.

### Média package 2 - ENTREPRISE

- **Création d'une chaîne ENTREPRISE** au nom de votre destination avec vos itinéraires et points d'intérêts.
- **Pro Support Pack** pour vous accompagner pour la mise en place et l'utilisation de la plateforme RouteYou.
- **5 articles actu sponsorisés** de votre choix sur votre destination, vos itinéraires, vos activités, vos points d'intérêt grâce à nos newsletters, notifications et fils d'actualité.
- **Pack promo inclus de 100.000 vues pour des itinéraires sponsorisés** pour booster la visibilité.
- **Pack promo supplémentaire de 350.000 vues**

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

# PAYS-BAS - PARTENARIAT AVEC L'APPLICATION TRAVEL DIARIES

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie ,

**Espaces et filières :** Littoral , Montagne, Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville

Travel Diaries a été fondé par la journaliste Veerle Witte. Veerle est l'une des 'digital nomads' de National Geographic aux Pays-Bas.

Travel Diaries est une application mobile et web permettant de créer et publier son propre carnet de voyage. Elle est utilisée activement par une communauté de 120.000 voyageurs qui ont publié plus de 100 000 contenus sur le site / l'appli. La section 'Expériences de voyage' est assurée par Veerle et des rédacteurs professionnels selon les sujets, et se concentre sur le tourisme responsable, les initiatives vertes / eco-friendly, les éco-hôtels / hébergements verts, les destinations les moins connues, les

voyages en familles et aventures outdoors.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés, ciblant la clientèle néerlandaise (famille, couples)

## FORMAT

### Format de l'opération :

#### Package média 1 : Une page de destination + 1 article de blog

Exemple de ce que présente une page de destination :

- Textes et photos mis à jour
- Informations pratiques pour les voyageurs
- 3 activités incontournables
- 4 meilleurs hébergements
- Optimisation SEO autour des thématiques pertinentes pour la destination
- 100 € de budget promotionnel pour une campagne sur les réseaux sociaux

#### Package média 2 : Une page de destination + 3 articles de blog

En plus de la première offre : 3 articles de blog dédiés autour d'angles saisonniers ou d'itinéraires expérientiels et 300 € de budget publicitaire.

#### Package média 3 : Une page de destination + 6 articles de blog + campagne e-book

Cette offre rassemble une page de destination, 6 articles de blog complets pour avoir des informations sur la destination dans son ensemble et un e-book qui combine visuels et textes impactants.

### Indicateur de performance :

Impressions / Taux d'ouverture / Taux de clics / Nombre de visiteurs uniques / Nombre de lecteurs / Portée de la newsletter / Nombre de téléchargement de l'ebook

### Media / Support :

Application / site internet

**DUCHENE - Nolwenn** nolwenn.duchene@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Culture & patrimoine, Bien être, Gastronomie , Luxe, Shopping, Ville

Leisure Travel Media est groupe d'édition proposant un portfolio de e-magazines sur les thématiques du voyage, de la culture et de l'art, notamment les e-magazines A World of Culture (art, musées, expositions, ballet, architecture), Joie de vivre (lifestyle) et STEDEN! (inspiration city breaks) ainsi que d'éditions spéciales dédiées à une destination/ un pays.

Ils s'adressent à un public international, CSP++, désireux de s'engager et d'être inspiré. Leurs lecteurs sont des voyageurs expérimentés, éduqués et curieux à la recherche d'expériences uniques et mémorables ayant les moyens de s'offrir des séjours haut de gamme.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés ciblant la clientèle néerlandaise.

## FORMAT

### Format de l'opération :

- 1 article de 12 pages dans l'année (l'article comprend un grand nombre de photos pleines pages) + 4 pages publicitaires / promotionnelles dans un numéro de 2025 de A World of Culture (deux numéros différents possibles)
- 2 pages dans un numéro de Joie de vivre en 2025
- 2 pages dans un numéro de STEDEN! en 2025
- Action individuelle ou collective (2 partenaires)

### Media / Support :

A propos de Leisure Travel Media :

- A World of Culture reach : 325.000
- Joie de vivre reach : 195.000
- STEDEN! reach : 345.000

**DUCHENE - Nolwenn** nolwenn.duchene@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

# PARTENARIAT AVEC L'APPLICATION KOMOOT, OPÉRATION MULTIPARTENAIRES ET MULTIMARCHÉS

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Pays-Bas, Italie, Suisse

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Campagne , Littoral , Montagne, Slow tourisme ,  
Tourisme durable , Vélotourisme

Komoot est une application de planification et d'inspiration d'itinéraires outdoors avec plus de 45 millions d'utilisateurs dans le monde. Elle est le leader des activités de pleine nature en Europe rassemble la communauté la plus active d'Europe répartie comme suit :

- En Suisse : 1,3 million d'utilisateurs, soit presque un Suisse sur 6
- Aux Pays-Bas : 2,3 millions d'utilisateurs, soit plus d'un Néerlandais sur 10
- En Italie : 3.1 millions d'utilisateurs, un marché en forte croissance

Nous vous proposons de créer au moins une Collection sur Komoot mettant en avant votre destination. La collection sera médiatisée et mise en avant sur au moins un des marchés cités ci-dessus, de votre choix. Grâce à une offre négociée en exclusivité et la mise en commun des investissements par Atout France, chaque partenaire obtient de la visibilité supplémentaire sur Komoot gratuitement.

A partir de 5.000€ HT pour la création d'une Collection monétisée sur un marché





# OBJECTIF

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés, ciblant les amateurs d'activités de plein air

# FORMAT

### Format de l'opération :

Collection sur Komoot mettant en avant votre destination. La collection sera médiatisée et mise en avant sur un marché minimum. Chaque Collection comprend un budget de médiatisation avec un objectif de clics prédéfini.

Nous avons défini des paliers d'investissement qui débloquent des volumes de clics supplémentaires garantis et l'accès à des produits inédits à condition qu'**un engagement global soit confirmé en amont des campagnes.**

Pallier 1 – Offre Start, dès 50.000€ HT d'investissement global

+5% de clics offerts

Pour les partenaires investissant plus de 10.000€ HT, un accès au tableau de bord Explorer insights pour suivre la campagne en temps réel.

Pallier 2 – Offre Boost, dès 100.000€ d'investissement global

+10% de clics offerts

Chaque partenaire recevra un accès au tableau de bord Explorer insights pour suivre la campagne en temps réel.

Bonus : Création de 2 collections supplémentaires par des créateurs de contenu.

Pour chaque collection, Komoot active son pool de créateurs de contenu issus des principaux marchés européens (DE, NL, IT, CH, etc.) Le créateur se déplace trois jours sur place, prend en charge voyage et hébergement, et explore les meilleurs itinéraires du territoire. Il produit une Collection exclusive pour la destination, intégrée à Komoot et diffusée auprès de son audience et de la communauté locale. Il livre 10 photos professionnelles, libres d'utilisation en dehors de Komoot (avec mention de la Collection).

Pallier 3 – Offre Advanced, dès 150.000€ d'investissement global

+12% de clics offerts

Chaque partenaire recevra un accès au tableau de bord Explorer insights pour suivre la campagne en temps réel.

Bonus : Création de 3 collections supplémentaires par des créateurs de contenu.

Inédit : Une insertion offerte dans la newsletter hebdomadaire Komoot (audience ultra-qualifiée)

- Mise en avant du partenariat Atout France x Komoot + lien vers les Collections.
- Marchés : A définir ensemble
- Audience : 1.8 million
- Taux d'ouverture moyen : 40%

Pallier 4 – Offre Premium dès 200.000€ d'investissement global

+15% de clics offerts

Chaque partenaire recevra un accès au tableau de bord Explorer insights pour suivre la campagne en temps réel.

Bonus : Création de 4 collections supplémentaires par des créateurs de contenu.

Inédit : Une insertion offerte dans la newsletter hebdomadaire Komoot (audience ultra-qualifiée)

•

### Indicateur de performance :

Depuis le lancement du compte Explore France, 20

Collections ont été créées et promues sur les marchés

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

