



## Plan d'actions Pays nordiques

Les Pays Nordiques, zone couvrant le Danemark, la Suède, la Norvège et la Finlande, représentent au total un marché de 27,8 millions d'habitants, avec des caractéristiques diverses :

- Danemark : le marché le plus mature pour le tourisme français.
- Suède : le marché le plus nombreux, avec 10 millions d'habitants.
- Norvège : le marché le plus riche, disposant traditionnellement du budget le plus élevé de la zone Europe.
- Finlande : le marché avec le potentiel de croissance le plus élevé.

Près de 2 millions de Nordiques ont visité la France en 2024, générant des recettes touristiques estimées à 1,9 milliard EUR.

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

En moyenne sur la zone nordique :

- Population : 27,8 millions d'habitants en 2024
- PIB par habitant en 2024 (zone nordique) : 63 637 EUR
- Evolution du PIB en 2024 : +1,5% à +2% selon estimations
- Taux de chômage moyen 2024 : 5,6%
- Taux d'inflation moyen en 2024 (glissement annuel) : +2,5%
- Dette publique en % du PIB en 2024 : 43,5%

### Principales motivations de séjour et mode de réservation:

Les voyageurs nordiques sont des clientèles pour lesquelles le budget vacances reste sacré. Malgré l'inflation, le voyage demeure une priorité pour eux, et ils préféreront couper leur budget sur d'autres postes de dépenses.

Ils disposent généralement de 5 à 7 semaines de congés par an, et effectuent des séjours de 7,5 jours en moyenne – la tendance se développe toutefois vers des voyages plus courts et des réservations plus tardives.

Les Nordiques sont résolument tournés vers le digital. La digitalisation du parcours client est un atout pour eux, la majorité effectuant leurs réservations directement en ligne. Les réseaux sociaux figurent aussi parmi leurs principales sources d'inspirations.

Autre point caractéristique des populations nordiques : la recherche de qualité et de durabilité. C'est une clientèle exigeante sur les enjeux environnementaux, ces sujets étant déjà très fortement développés et ancrés dans leurs sociétés respectives. Ils sont attentifs au rapport qualité-prix et recherchent des alternatives vertes ainsi que des prestataires engagés.

Enfin, l'héliotropisme constitue un troisième facteur décisif, le climat revenant en 3<sup>ème</sup> position des critères lors du choix de la destination. Les Nordiques recherchent une garantie soleil.

Plusieurs thématiques de séjours recherchées par les Nordiques ont été identifiées :

- Les vacances actives : activités sportives, golf, cyclisme, randonnées...
- Les destinations de nature et montagnes : profiter des grands espaces et de la diversité du territoire français en été comme en hiver.
- L'art de vivre, la gastronomie, l'œnotourisme : tables étoilées, terroir, spécialités locales, dégustations de vin et découvertes de caves...
- Les city-breaks : escapades en ville, architecture et culture.

### Nos recommandations pour aborder ce marché

La France possède de nombreux atouts pour attirer la clientèle nordique en 2025, à la fois en métropole mais aussi avec ses territoires d'outre-mer qui peuvent concurrencer les destinations exotiques plus lointaines habituellement prisées par les Nordiques, mais impossible à atteindre à cause des annulations des connections ou des situations sanitaires improbables.

Inspiration et découverte seront les mots d'ordre pour la communication en 2025. Rassurer la clientèle, mais aussi soutenir les partenaires B2B (tour-opérateurs et agents de voyage), pour les aider à relancer leur programmation avec de nouveaux produits France plus proches des attentes des consommateurs nordiques notamment en termes de durabilité.

- Affiner la communication en travaillant sur les thématiques à forte valeur ajoutée grâce à des collaborations avec des influenceurs et des médias puissants.
- Soutenir et renouveler la programmation des tour-opérateurs auprès du consommateur et renforcer la coopération avec les grandes agences en ligne pour le renouvellement de l'offre et l'appui des séjours en France.
- Poursuivre l'accompagnement du développement de nouvelles connexions aériennes directes et la promotion du transport ferroviaire français.
- Accompagner le retour du tourisme d'affaires autour des grands hubs accessibles à l'année (Paris, Nice, Genève, Lyon).

**Cibles : Millenials, Familles, DINKs (dont seniors actifs), MICE.**

## **Prestations proposées sur ce marché**

Les évènements programmés

- [France Outdoor & Active vacation Scandinavie](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Tournée Norvège avec ANTOR](#) : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

**Marchés d'intervention :** Danemark, Norvège, Suède

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

**Public attendu :** Professionnels internationaux

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

Évènement afterwork en tournée dans les 3 pays scandinaves : Danemark, Suède et Norvège.  
Thématiques : tourisme durable et séjours actifs (montagne toutes saisons, activités outdoor, vacances actives, activité impact carbone réduite).

## OBJECTIFS

- Rejoindre les principaux acteurs du secteur touristique nordiques (OTAs, tour-opérateurs, MICE).
- Promouvoir les destinations, les filières et les nouveaux produits
- Renforcer, renouer et générer de nouveaux contacts avec les professionnels nordiques

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Agences de voyages, tour-opérateurs ski et séjours actifs, agences MICE, fédérations sportives, clubs, Presse et influenceurs spécialisés

### Nombre de partenaires souhaités :

12 partenaires

### Visibilité partenaire :

Catalogue dédié à l'évènement et E-news vers les professionnels du tourisme Invitation électronique  
Campagne dédiée sur LinkedIn Suivi à tous les participants avec bilan, contacts et photos

## FORMAT

### Liste des sessions :

*France Outdoor & Active vacation Scandinavie*

Date de début	: 23 septembre 2025
Date de fin	: 25 septembre 2025
Date limite d'inscription	: 30 juin 2025

### Profil visiteur :

Tour-opérateurs et agences

### Visiteur attendu :

15 à 20 participants par ville

**STEFANI - Marie** [marie.stefani@atout-france.fr](mailto:marie.stefani@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Norvège

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

**Public attendu :** Organisateur·s d'événements MICE internationaux, Professionnel·s internationaux

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Culture & patrimoine, Gastronomie, Golf, MICE, Outre-mer, Tourisme durable, Ville

Présentation de votre destination aux principaux acteurs du secteur touristique de Norvège (OTAs, tour-opérateurs, agences événementielles et MICE) en format workshop sans rendez-vous programmés.

## OBJECTIFS

- Rejoindre les principaux acteurs du secteur touristique norvégien (OTAs, tour-opérateurs, MICE).
- Promouvoir les destinations, les filières et les nouveaux produits
- Renforcer, renouer et générer de nouveaux contacts avec les professionnels norvégiens

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
2 à 3 partenaires

**Visibilité partenaire :**  
Zone #exploreFrance, une table avec signalétique dédiée à chaque participant.

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**  
1er mai 2025

**Précisions tarifaires :**  
4620 euro HT, transport intra Norvège inclus, hors hébergement.

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Tournée Norvège avec ANTOR*

Date de début : 26 août 2025  
Date de fin : 28 août 2025  
Date limite d'inscription : 01 mai 2025

### Lieu :

Bergen, Trondheim, Oslo

### Format de l'opération :

Participation d'environ 30 à 35 invités par ville en soirée. Quiz et networking.  
Le 26 août à Bergen, le 27 août à Trondheim, et le 28 août à Oslo.

### Indicateur de performance :

Août 2023 : 125 visiteurs et 25 exposants

### Edition précédente :

Très grand intérêt montré par les TO des villes visitées lors de l'édition 2022 sur la Côte Ouest norvégienne avec Atout France et Antor.

### Profil visiteur :

Tour-opérateurs loisirs et MICE norvégiens.

### Visiteur attendu :

100 professionnels norvégiens sur l'ensemble de la tournée.

**Dahl - Sissel** [sissel.dahl@atout-france.fr](mailto:sissel.dahl@atout-france.fr)

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

## Les opérations à la carte

2024

- [Campagne de notoriété B2C digitale scandinavie](#) :

2025

- [Démarchage maison d'édition - Pays nordiques](#) :
- [E-newsletter presse/marchés pays nordiques](#) :
- [Focus groupe Pays nordiques - Accueil à destination permettant un positionnement marketing](#) : / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- [Conférence de presse à la carte \(avec un accueil de prévu\) - Pays nordiques](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Campagne cyclotourisme - Pays nordiques](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne influenceur/ambassadeur de destination - Pays nordiques](#) : Campagnes
- [Campagne slow tourisme - Pays nordiques](#) : Campagnes
- [Campagne de conversion/ventes TO Pays nordiques](#) : Campagnes / Grand public international
- [Tournée Aarhus/Göteborg - Pays nordiques](#) : Rencontres B2B / Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [Eductour PRO Pays Nordiques et Baltes](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [Accueils de presse médias Pays Nordiques 2025](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Accueil montagne été - Pays nordiques](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Soirée influenceurs/presse - Pays nordiques](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Travel News Market Suède](#) : Salons / Professionnels internationaux

# CAMPAGNE DE NOTORIÉTÉ B2C DIGITALE SCANDINAVIE

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Danemark, Suède, Norvège

Promotion et campagne d'image et de notoriété d'une destination ou produit sur France.fr version Scandinave, avec création et diffusion de contenu vers des cibles définies sur nos RS et grâce à un investissement publicitaire.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
Action individuelle

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**  
Production et création de contenus dans la langue (DK et SE) pour une diffusion sur les réseaux sociaux, e-news, Facebook, Instagram et le site France.fr.

**Profil visiteur :**  
Grand public

**Visiteur attendu :**  
Dépendant du montant alloué sur la campagne et le nombre de marchés choisis (DK, SE)

**Media / Support :**  
Réseaux sociaux, E-mailing et France.fr

**BOISLÈVE - Mélanie** melanie.boisleve@atout-france.fr

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

# DÉMARCHAGE MAISON D'ÉDITION - PAYS NORDIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Danemark, Norvège, Suède

Démarchage des principaux groupes médiatiques norvégiens, suédois et danois, content houses et supports médias. Suivi d'une soirée afterwork et networking avec influenceurs et journalistes aux couleurs de votre produit ou destination

En dehors des supports généralistes il est souhaitable de présenter les thématiques suivantes? :

Nouveautés culturelles

Activités de pleine nature, vélo, randonnées, golf

Eco-friendly

Art de vivre, gastronomie œnotourisme, savoir-faire

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

Une destination

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Une journée à Copenhague, Stockholm, et Oslo avec 2 à 3 rendez-vous dans les rédactions médias multi-supports.

Vous choisissez entre 2 ou 3 villes. Soirée afterwork - présentation avec une quinzaine de journalistes et influenceurs.

**Profil visiteur :**

Journalistes et influenceurs

**Visiteur attendu :**

Dans la journée, rencontre avec 2-3 maisons d'édition/support + afterwork, entre 10 et 15 journalistes et influenceurs par ville.

**Media / Support :**

Invitation envoyée à l'ensemble de nos abonnés presse et influenceurs (450). Contenu et dossier de presse diffusés en langues locales sur nos pages presse. Newsletter presse avec des propositions d'itinéraires de la destination.

**LESÉNÉCAL - Charlotte** [charlotte.lesenecal@atout-france.fr](mailto:charlotte.lesenecal@atout-france.fr)

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



Marchés d'intervention : Danemark, Finlande, Norvège, Suède

Communiqué de presse dédié à votre offre (dans la langue), envoyé sous forme de newsletter aux contacts presse sur les quatre marchés pays nordiques: Suède, Danemark, Norvège et Finlande

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

1

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Envoi d'un communiqué de presse présentant votre offre / destination aux bases de contacts presse nordiques au Danemark, en Suède, en Norvège et en Finlande.

Livraison en amont des contenus : textes, liens et images par vos soins - la programmation, l'envoi et le suivi sont réalisés par Atout France.

**Indicateur de performance :**

Taux d'ouverture des E-Newsletters

Retombées presse directe suite à l'envoi

Demandes d'accueils presse suite à l'envoi (retombées presse indirectes)

**Media / Support :**

E-news envoyé à l'ensemble de nos abonnés presse et influenceurs. Contenu diffusé en langues locales sur nos pages presse media. Newsletter presse avec des propositions d'itinéraires de la destination, des suggestions d'activités outdoor et d'hébergements insolites, la durabilité en fil rouge.

**LESÉNÉCAL - Charlotte** [charlotte.lesenecal@atout-france.fr](mailto:charlotte.lesenecal@atout-france.fr)

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

# FOCUS GROUPE PAYS NORDIQUES - ACCUEIL À DESTINATION PERMETTANT UN POSITIONNEMENT MARKETING

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Danemark, Finlande, Norvège, Suède

**Public attendu :** Médias internationaux, Professionnels internationaux

Un groupe de journalistes et TOs avec un accompagnement Atout France découvre une destination et donne des clefs pour un positionnement marketing et commercial ainsi que des pistes de promotion.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels (CRT, OT, CDT)

**Nombre de partenaires souhaités :**  
Une destination

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**  
3-4 jours de déplacement dans une destination et une réunion marketing a destination.

**Profil visiteur :**  
Médias, Tour opérateurs, agences de voyages

**Visiteur attendu :**  
Un groupe de 3-4 journalistes scandinaves et 3-4 Tos nordiques en fonction des marchés cibles.

**Media / Support :**  
Communiqué de presse

**LESÉNÉCAL - Charlotte** [charlotte.lesenecal@atout-france.fr](mailto:charlotte.lesenecal@atout-france.fr)

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

# CONFÉRENCE DE PRESSE À LA CARTE (AVEC UN ACCUEIL DE PRÉVU) - PAYS NORDIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Danemark, Finlande, Norvège, Suède

**Type de rendez-vous :** Rencontres médias

**Public attendu :** Médias internationaux

Déjeuner de presse – repas et vin aux couleurs des partenaires, présentation des nouveautés des destinations (avec images, vidéos, descriptions, témoignages live, etc). Référence aux activités, hébergements, terroir local (gastronomie, vin, etc), etc. Interaction possible avec les journalistes pour créer un contact direct.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

1

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Déjeuner de presse ou afterwork, les menus et vins seront sélectionnés en fonction des partenaires, présentation et intervention digitale de nos partenaires pendant le déjeuner.

**Profil visiteur :**

Presse et influenceurs

**Visiteur attendu :**

entre 15-20 par ville, Oslo, Copenhague, Stockholm

**Media / Support :**

Invitation envoyée à nos abonnés presse et influenceurs. Contenu diffusé en langues locales sur nos pages presse media. Newsletter presse avec des propositions d'itinéraires de la destination, des suggestions d'activités outdoor et d'hébergements insolites.

**LESÉNÉCAL - Charlotte** [charlotte.lesenecal@atout-france.fr](mailto:charlotte.lesenecal@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Danemark, Norvège, Suède

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Campagne , Activités outdoor, Vélotourisme

Campagne promouvant le cyclotourisme dans toutes ses pratiques : vélo de route, VTT, VAE, gravel bike, vélo sportif / montagne

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

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

**Nombre de partenaires souhaités :**

1 à 2

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Campagne multimédia avec base package numérique social media (Facebook/Instagram/Pinterest)

Print (si souhaité) : publi-rédactionnel dans un magazine affinitaire (Feltet, Velomore)

Sur demande : partenariat commercial complémentaire avec un TO spécialisé

**Media / Support :**

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

**BOISLÈVE - Mélanie** [melanie.boisleve@atout-france.fr](mailto:melanie.boisleve@atout-france.fr)

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

# CAMPAGNE INFLUENCEUR/AMBASSADEUR DE DESTINATION - PAYS NORDIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Danemark, Norvège, Suède

Accueil d'un à trois influenceurs scandinaves, production de contenus digitaux et diffusion sur les RS (Facebook et Instagram) amplifiées grâce à un investissement publicitaire, en plus de la diffusion propre des influenceurs accueillis sur leur plateforme et comptes RS.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
Action individuelle

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Accueil d'influenceurs à destination, production de contenu éditorial, diffusion sur France.fr, les réseaux sociaux et E-newsletters (traductions en langue local comprise).

Possibilité de promotion sur site média externe (engagement minimum de EUR 5 000,00).

**Profil visiteur :**

Grand public

**Visiteur attendu :**

+1M d'impressions et 600 000 de reach et 10 000 interactions sur les RS

**Media / Support :**

Réseaux sociaux scandinaves, France.fr version Danois, Suédois et Norvégien, e-newsletter grand public nordique d'Atout France ainsi que les propres réseaux des influenceurs.

**BOISLÈVE - Mélanie** melanie.boisleve@atout-france.fr

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

**Marchés d'intervention :** Danemark, Norvège, Suède

**Type de rendez-vous :** Campagnes

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

Campagne pour le slow-tourisme dans toutes ses pratiques : slow food, tourisme fluvial ou culturel, randos, vélo. Les Scandinaves 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 et privés avec une offre tourisme durable et slow

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Campagne multimedia avec package numérique social media / display video

Print (si souhaité) : publipédagogique magazine affinitaire (Opdag Verden, Outdoor magasin, Outdoor365, Eventyrspport)

**Media / Support :**

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

**BOISLÈVE - Mélanie** melanie.boisleve@atout-france.fr

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

# CAMPAGNE DE CONVERSION/VENTES TO PAYS NORDIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Danemark, Norvège, Suède

**Type de rendez-vous :** Campagnes

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Transport, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , Golf, Littoral , Montagne, Outre-mer , Tourisme durable , Ville

Campagne de conversion/ventes avec un TO avec publication de contenus promotionnels et mise en avant des offres de votre destination vers les clients norvégiens, suédois et danois avec l'un des grands réseaux d'agences de voyages ou grosse OTA dans les pays nordiques.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
Action individuelle

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**  
Production et création d'offres dédiés à la destination sur le réseau du TO.

**Profil visiteur :**  
Grand public

**Media / Support :**  
TO scandinave

**BOISLÈVE - Mélanie** melanie.boisleve@atout-france.fr

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

**Marchés d'intervention :** Danemark, Suède

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

**Public attendu :** Organisateur d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

**Espaces et filières :** Activités outdoor, Bien être, Campagne, Culture & patrimoine, Gastronomie, Golf, Littoral, Luxe, MICE, Montagne, Outre-mer, Shopping, Slow tourisme, Tourisme de mémoire, Tourisme durable, Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Évènement/workshop dans les deux villes secondaires de 2 pays Scandinaves avec un fort potentiel pour le tourisme vers la France : Aarhus au Danemark et Göteborg en Suède. Workshop en présentiel, organisé autour d'un déjeuner avec des rendez-vous non programmés pour les professionnels du tourisme loisirs des pays nordiques

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
4 à 6

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

2 workshops avec présentation des destinations partenaires suivi de RDVs individuels non-programmés

**Profil visiteur :**

TO, MICE, Agence de voyages

**Visiteur attendu :**

12 à 15 par ville

**Media / Support :**

Invitation électronique avec profil individuel avec des liens directs vers vos sites web respectives.

Campagne de Posts dédiés sur le compte LinkedIn Atout-France

**STEFANI - Marie** [marie.stefani@atout-france.fr](mailto:marie.stefani@atout-france.fr)

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



**Marchés d'intervention :** Danemark, Estonie, Finlande, Lettonie, Lituanie, Norvège, Suède

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

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Eductour (et possibilité de mini-workshop à destination) : le bureau Atout France Pays nordiques et baltés sélectionne et accompagne des TO pour les inciter à renouveler leur programmation avec de nouvelles idées d'offres de séjour. Possibilité de donner l'occasion aux TO de retrouver des partenaires de la destination grâce à un mini-workshop. Cette rencontre permettra d'apporter davantage de synergies pour la programmation.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels

**Nombre de partenaires souhaités :**  
Minimum 1

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**  
Eductour et possible mini-workshop

**Profil visiteur :**  
Tour Opérateurs, Agences de Voyages, OTA

**Visiteur attendu :**  
Entre 4 et 15

**STEFANI - Marie** [marie.stefani@atout-france.fr](mailto:marie.stefani@atout-france.fr)

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

# ACCUEILS DE PRESSE MÉDIAS PAYS NORDIQUES 2025

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Danemark, Estonie, Finlande, Lettonie, Lituanie, Norvège, Suède

**Type de rendez-vous :** Rencontres médias

**Public attendu :** Médias internationaux

Accueil de presse à destination (1 à 6 journalistes). Un accompagnement Atout France peut être envisagé.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels notamment ceux faisant partie des marques mondiales (CRT, CDT, OT)

**Nombre de partenaires souhaités :**

Une destination

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Programme de 3-4 jours.

4 à 6 supports pour un accueil groupe et un accompagnateur Atout France Pays Nordiques

1 journaliste d'un support pour un accueil individuel (non accompagné)

**Indicateur de performance :**

Nombre d'articles à la suite du voyage de presse

Contre-valeur publicitaire

Audience touchée

Reprise des thèmes de l'accueil

Mention des partenaires

**Profil visiteur :**

Journalistes, influenceurs et bloggeurs des Pays Nordiques

**Visiteur attendu :**

1 à 6

**Media / Support :**

Presse, radio, influenceurs, TV, magazines online et offline, suppléments voyages, guides touristiques et blogs.

**LESÉNÉCAL - Charlotte** [charlotte.lesenecal@atout-france.fr](mailto:charlotte.lesenecal@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Danemark, Finlande, Norvège, Suède

**Public attendu :** Médias internationaux

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

Promotion de la montagne française, ses massifs et de ses partenaires et promotion du voyage responsable (montagnes en été et activités en nature)

Un groupe de journalistes/influenceurs avec un accompagnement Atout France découvre une ou plusieurs destinations montagnes en été avec un focus sur les activités outdoor.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**  
Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**  
2 à 4 stations/destinations montagne

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

4-5 jours de déplacement dans 2 à 4 stations de montagne avec déplacement durable / low carbone entre les activités et lieux.

**Profil visiteur :**

Médias, journalistes

**Visiteur attendu :**

Un groupe de 6-8 journalistes scandinaves.

**Media / Support :**

Communiqués de Presse, et linkedin Atout France in the Nordics en attendant les publications suite à l'accueil

**LESÉNÉCAL - Charlotte** [charlotte.lesenecal@atout-france.fr](mailto:charlotte.lesenecal@atout-france.fr)

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

# SOIRÉE INFLUENCEURS/PRESSE - PAYS NORDIQUES

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Danemark, Finlande, Norvège, Suède

**Type de rendez-vous :** Rencontres médias

**Public attendu :** Médias internationaux

Une soirée afterwork influenceurs aux couleurs d'une destination/thème éventuellement en partenariat avec une marque française/une destination spécifique.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

1

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Afterwork à Copenhague ou Stockholm - Présentation et échanges avec une dizaine/quinzaine d'influenceurs et journalistes scandinaves

**Profil visiteur :**

Presse et influenceurs

**Visiteur attendu :**

entre 20 et 25

**Media / Support :**

Invitation envoyée à un groupe d'influenceurs/journalistes reconnus par Atout France. Contenu diffusé en langues locales sur nos pages presse.

Newsletter presse autour du thème et suite avec des bons plans en rapport avec le thème (recettes, adresses etc.)

**LESÉNÉCAL - Charlotte** [charlotte.lesenecal@atout-france.fr](mailto:charlotte.lesenecal@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Suède

**Type de rendez-vous :** Salons

**Public attendu :** Professionnels internationaux

Une journée de participation au principal salon B2B Tourisme à Stockholm (salon international avec environ 1 500 visiteurs et 250 exposants). Accompagnement sur la journée par notre Travel Trade Manager basée en Suède pour optimiser les prises de contacts.

Dates 2025 précises à venir

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et privés

**Nombre de partenaires souhaités :**

Maximum 8

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

- Zone #ExploreFrance avec tables hautes et signalétique dédiée à chaque exposant.
- Journée de networking et rendez-vous préprogrammés, soirée d'accueil et de networking

**Profil visiteur :**

TO, MICE, travel press et travel influenceurs

**Visiteur attendu :**

1 500 professionnels suédois et de la zone nordique

**Media / Support :**

Magazine PRO, Travel News

Post LinkedIn pré- et post-événement

**LUNDEN - ANNA** [anna.lunden@atout-france.fr](mailto:anna.lunden@atout-france.fr)

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

