Marianne symbole République Française
Logo Atout France
Scandinavie 2026

Plan d'actions Pays nordiques

Les pays nordiques — Danemark, Suède, Norvège et Finlande — représentent un bassin de près de 28 millions d'habitants. Bien qu'ils partagent un niveau élevé de digitalisation, une forte propension à voyager et une sensibilité croissante aux enjeux environnementaux, leurs profils et leur maturité vis-à-vis de la destination France restent différents.
• Danemark : le marché le plus mature pour la France, caractérisé par une bonne connaissance de la destination, une part importante de réservations directes et une fréquentation relativement bien répartie entre plusieurs régions françaises.
• Suède : le marché le plus important en volume de population, avec environ 10,6 millions d'habitants. Il constitue également le premier marché nordique pour la France en nombre de visiteurs.
• Norvège : le marché disposant traditionnellement du pouvoir d'achat et du budget de voyage les plus élevés de la zone, même si la faiblesse de la couronne norvégienne renforce désormais la sensibilité au prix. La fréquentation vers la France a connu une progression particulièrement forte en 2025.
• Finlande : un marché encore relativement peu mature pour la France, mais qui conserve un potentiel de développement important. Après plusieurs années de croissance soutenue et une année 2024 exceptionnelle, la fréquentation s'est réajustée en 2025 tout en restant supérieure à son niveau de 2023.
En 2025, la fréquentation totale en France peut être évaluée autour de 1,8 million de visiteurs nordiques.
La dynamique d'ensemble reste favorable - la France dispose ainsi d'une base de clientèle importante, fidèle et à forte contribution. Les dernières données disponibles confirment également la valeur économique de ces clientèles.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Les pays nordiques se caractérisent par un niveau de vie élevé, des économies fortement digitalisées et des systèmes sociaux développés.

Dans l'ensemble de la zone, la baisse de l'inflation et l'amélioration progressive des revenus réels constituent des signaux favorables pour la consommation et les voyages. Les clientèles nordiques restent néanmoins attentives au rapport qualité-prix, au coût des transports et, pour la Suède et la Norvège, à l'évolution des taux de change.

En moyenne sur la zone nordique :

- Population : 28 millions d'habitants en 2025
- PIB par habitant en 2026 (zone nordique) : 80 035 USD

- Prévision de croissance du PIB en 2026 : +1,6% selon les données du FMI
- Taux de chômage moyen 2026 : 6,3%
- Taux d’inflation moyen en 2026 (glissement annuel) : +2,3%
- Dette publique en % du PIB en 2026 : 50%

Principales motivations de séjour et mode de réservation:

Les voyages occupent une place importante dans les habitudes de consommation des clientèles nordiques. Malgré les tensions économiques observées ces dernières années, les vacances restent une dépense prioritaire pour une grande partie des ménages. Le prix, le taux de change et le coût global du séjour jouent néanmoins un rôle croissant dans les arbitrages, avec une attention particulière portée au rapport qualité-prix.

Les voyageurs nordiques disposent généralement de plusieurs semaines de congés annuels et effectuent des séjours relativement longs. La dernière moyenne disponible pour la zone est d’environ 7,5 jours. Ce chiffre doit toutefois être considéré comme indicatif, les comportements variant sensiblement selon les pays, les périodes et les types de voyages.

Les délais de réservation sont de plus en plus segmentés. Les courts séjours et les voyageurs flexibles peuvent réserver tardivement, tandis que les familles et les clients recherchant une destination, un hébergement ou une période précise tendent à anticiper davantage. Il n’est donc plus pertinent de parler d’un raccourcissement généralisé des délais de réservation.

Un parcours client fortement digitalisé

Les marchés nordiques figurent parmi les plus digitalisés d’Europe. La majorité des voyageurs recherchent, comparent et réservent leurs séjours en ligne, directement auprès des compagnies aériennes, des hébergeurs et des prestataires, ou par l’intermédiaire des OTA et des sites de tour-opérateurs.

Les réseaux sociaux, les médias numériques, les plateformes de réservation et les moteurs de recherche jouent un rôle important dans l’inspiration et la préparation des voyages. Les agences et tour-opérateurs restent néanmoins pertinents pour les forfaits, les voyages complexes, le ski, les circuits et les produits spécialisés.

L’utilisation de l’intelligence artificielle progresse rapidement dans les phases d’inspiration et de planification : recherche d’idées, création d’itinéraires, comparaison de destinations ou traduction. Son rôle dans la réservation finale reste toutefois plus limité et varie selon les générations et les marchés.

Qualité, valeur et durabilité

Les voyageurs nordiques recherchent généralement des prestations de qualité, une organisation simple et une expérience correspondant au prix payé. La notion de valeur est donc plus pertinente

que celle de prix bas : qualité de l'hébergement, accessibilité, authenticité des expériences et lisibilité de l'offre constituent des critères déterminants.

La durabilité occupe une place importante dans les sociétés nordiques et dans le débat touristique. Elle doit cependant être traduite en propositions concrètes : transport ferroviaire, mobilités douces, hébergements engagés, produits locaux, séjours plus longs, voyages hors saison et meilleure répartition des flux.

La dimension sociale gagne également en visibilité, notamment autour de l'impact du tourisme sur les populations locales, de l'accessibilité des expériences et du respect des conditions de travail. Ces arguments doivent rester associés à la qualité, à la simplicité et au rapport qualité-prix.

Héliotropisme et élargissement des saisons

Le climat demeure un facteur majeur dans le choix de la destination. Les voyageurs nordiques recherchent particulièrement le soleil, des températures agréables et la possibilité de profiter d'activités en extérieur.

Cette recherche ne se limite toutefois plus à la haute saison estivale. Les températures extrêmes, la forte fréquentation et les prix élevés favorisent également l'intérêt pour le printemps, l'automne et certaines destinations hivernales. La France peut ainsi valoriser son offre sur l'ensemble de l'année, du littoral méditerranéen aux Alpes, en passant par les villes, les régions viticoles et les espaces naturels.

Principales thématiques porteuses

• **Les vacances actives :** randonnée, cyclisme, golf, ski, activités nautiques et autres sports de plein air.

• **La nature et la montagne :** grands espaces, paysages, littoral et séjours alpins, en été comme en hiver.

• **L'art de vivre, la gastronomie et l'œnotourisme :** spécialités locales, marchés, restaurants, vignobles, dégustations et rencontres avec les producteurs.

• **Les city-breaks :** culture, architecture, patrimoine, événements et gastronomie urbaine.

• **Les séjours hors saison :** destinations bénéficiant d'un climat agréable, d'une fréquentation modérée et d'un meilleur rapport qualité-prix.

• **Les itinéraires combinés :** séjours associant plusieurs villes, régions ou expériences, facilités par le réseau ferroviaire français.

Nos recommandations pour aborder ce marché

La France dispose de nombreux atouts pour consolider et développer sa fréquentation auprès des clientèles nordiques en 2026. La diversité de son offre — culture, art de vivre, gastronomie, littoral, montagne, nature et vacances actives — lui permet de répondre à des motivations de séjour variées et de se positionner sur l'ensemble de l'année.

Les territoires français d'outre-mer peuvent également constituer une offre complémentaire auprès de clientèles ciblées recherchant le soleil, la nature et le dépaysement. Leur potentiel doit toutefois être évalué en fonction de l'accessibilité aérienne, du coût du voyage et de leur présence effective dans la programmation des professionnels nordiques.

Inspiration, découverte et conversion doivent constituer les principaux axes de communication en 2026. L'objectif n'est plus seulement de renforcer la visibilité de la France, mais de transformer l'intérêt pour la destination en séjours concrets, grâce à des produits accessibles, différenciants et facilement réservables.

- 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

Revoir les webinaires Atout France Live

Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2027.

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2027, Atout France présente une série de webinaires.

En 1h, 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

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- Pays nordiques - Travel News Market et Explore France Scandinavie : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- Pays nordiques - Tournée workshop Norvège avec ANTOR : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- Pays nordiques - Top Reasons to Visit France 2027 - Lancement de saison : Rencontres médias / Médias internationaux
- Pays nordiques - Workshop France Outdoor & Active vacation : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

Pays nordiques - Travel News Market et Explore France Scandinavie

Prestation

Marchés d'intervention : Danemark, Norvège, Suède

Type de rendez-vous :

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières :

Roadshow dans les 3 pays scandinaves : Danemark, Suède et Norvège.
Participation à Travel News Market à Copenhague
Workshop Explore France à Stockholm et à Oslo

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 : Institutionnels et privés **Nombre de partenaires souhaités :** 7-8 **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

Conditions

Précisions tarifaires : 5 150 EUR HT

Format

Liste des sessions :
Travel News Market et Explore France Scandinavie
Date de début
09 février 2027
Date de fin
11 février 2027
Date limite d'inscription
15 novembre 2026
Lieu :
Copenhague, Stockholm, Oslo
Format de l'opération :

Travel News Market à Copenhague : Fournisseurs internationaux et acheteurs nordiques se retrouvent pour une journée B2B de rendez-vous. RDV pré-programmés

Explore France à Stockholm et à Oslo : workshops en format petit-déjeuner pour réunir et valoriser les partenaires français. Sessions de travail sous forme de rendez-vous individuels non-programmés

Profil visiteur : Agences de voyages, tour-opérateurs, agences MICE **Visiteur attendu :** 60 au totale sur les 3 villes **Media / Support :**

Invitation électronique

Campagne dédiée sur LinkedIn

- **LUNDEN - ANNA** anna.lunden@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Tournée workshop Norvège avec ANTOR

Prestation

Marchés d'intervention : Norvège

Type de rendez-vous :

Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières :

Série de workshops généralistes en tournée dans les 3 villes de la Norvège (Bergen, Trondheim et Oslo). 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 : 15 mai 2027
Précisions tarifaires : 3 750 EUR HT pour 1 personne

Format

Liste des sessions :
Tournée Norvège avec ANTOR
Date de début
31 août 2027
Date de fin
02 septembre 2027
Date limite d'inscription
15 mai 2027
Lieu :
Bergen, Trondheim, Oslo
Format de l'opération :

3 après-midis de workshops.

Edition précédente :

Très grand intérêt montré par les TO des villes visitées lors de l’édition 2026

Profil visiteur : Tour-opérateurs loisirs et MICE norvégiens. **Visiteur attendu :** 100 professionnels norvégiens sur l’ensemble de la tournée.

- **LUNDEN - ANNA** anna.lunden@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Top Reasons to Visit France 2027 - Lancement de saison

Prestation

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

Type de rendez-vous :

Public attendu : Médias internationaux

Espaces et filières :

Promotion de la destination France et de ses partenaires et présentation des nouveautés 2027

Objectifs

- Renforcer les relations avec les journalistes et influenceurs nordiques.
- Diffuser vos nouveautés et évènements 2027
- Générer des accueils de presse individuels ou en groupe et favoriser la création de reportages et de contenus dédiés.

Partenaires

Profil des partenaires ciblés : Institutionnels et privés **Nombre de partenaires souhaités :** 4-6 partenaires **Visibilité partenaire :** Logo sur les invitations, sur les pages média ainsi que les informations de la newsletter dédiée à la presse

Conditions

Date limite d'inscription : Décembre 2026 **Précisions tarifaires :** Participation 2 villes (Copenhague – Stockholm) : 30 700 DKK, soit environ 4 100 € HT Participation 3 villes (Copenhague – Stockholm – Oslo) : 42 200 DKK, soit environ 5 650 € HT Participation 4 villes (Copenhague – Stockholm – Oslo – Helsinki) : 47 200 DKK, soit environ 6 300 € HT

Format

Liste des sessions :
Pays nordiques - Top Reasons to Visit France 2027 - Lancement de saison
Date de début
09 mars 2027
Date de fin
12 mars 2027
Date limite d'inscription
16 décembre 2026
Lieu :
Copenhague, Stockholm, Oslo et Helsinki
Format de l'opération :

3-4 afterwork/workshop, présentation powerpoint et intervention de nos partenaires.

Les partenaires participants seront prioritaires pour les accueils de presse nordiques en 2027. L’accompagnement comprend l’invitation, les trajets Scandinavie-France et le suivi des journalistes, pour les accueils individuels comme pour les accueils en groupe. Le programme terrestre reste à la charge du partenaire.

Indicateur de performance :

Retours très positifs de la part des invités et des partenaires suite à l'enquête de satisfaction.

Une vingtaine de journalistes/influenceurs accueillis en France suite à l'édition 2026.

Edition précédente :

L’évènement en mars 2026 : 76 invités en total sur place sur 4 villes

Profil visiteur : Journalistes et médias **Visiteur attendu :** 70-80 dans les 4 villes **Media / Support :**

Communiqués de Presse

Invitation électronique et profil individuel sur les pages presse dédiées à l’évènement avec des liens directs vers sites web respectifs.

- **LESÉNÉCAL - Charlotte** charlotte.lesenecal@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Workshop France Outdoor & Active vacation

Prestation

Marchés d'intervention : Danemark, Norvège, Suède

Type de rendez-vous :

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières :

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 : Institutionnels et privés **Nombre de partenaires souhaités :** 12 à 15 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

Conditions

Précisions tarifaires : 5 300 EUR pour les 3 villes

Format

Liste des sessions :
Pays Nordiques France Outdoor & Active Vacation
Date de début
21 septembre 2027
Date de fin
23 septembre 2027
Date limite d'inscription
21 mai 2027
Lieu :
Copenhague, Stockholm, Oslo
Format de l'opération :

Workshop et sessions de travail sous forme de rendez-vous individuels non-programmés

Indicateur de performance :

Nombre de contacts

Profil visiteur : Tour-opérateurs et agences
Visiteur attendu : 60-70 au totale sur les 3 villes
Media / Support :

Catalogue dédié à l'évènement et E-news dédiées vers les professionnels du tourisme et la presse avec les contenus des partenaires présents

Communiqués de Presse

Invitation électronique

Campagne dédiée sur LinkedIn

- **LUNDEN - ANNA** anna.lunden@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

2027

- Pays nordiques - Démarchage maison d'édition :
- Pays nordiques - E-newsletter presse/marchés :

- Pays nordiques - Focus Groupe - Accueil à destination suivi d’un ciblage marketing : / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- Pays nordiques - Conférence de presse à la carte (avec un accueil de prévu) : Rencontres médias / Médias internationaux
- Pays nordiques - Campagne cyclotourisme : Campagnes / Grand public international
- Pays nordiques - Campagne influenceur/ambassadeur de destination : Campagnes
- Pays Nordiques - Campagne de notoriété B2C digitale : Campagnes
- Pays nordiques - Campagne slow tourisme : Campagnes
- Pays nordiques - Campagne de conversion/ventes TO : Campagnes / Grand public international
- Pays nordiques - PAC Média : Formations / Médias internationaux
- Pays Nordiques - Accueils de presse médias 2027 : Rencontres médias / Médias internationaux
- Pays Nordiques - Eductour PRO pays nordiques et Baltes : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- Pays Nordiques - Accueil montagne été : Rencontres B2B / Médias internationaux
- Pays nordiques - Soirée influenceurs / presse nordiques : Rencontres médias / Médias internationaux

Pays nordiques - Démarchage maison d'édition

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, randonnés, 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 abonnées presse et influenceurs. 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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - E-newsletter presse/marchés

Opération à la carte

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

Format

Lieu : **Format de l'opération :**

Objectif

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.

Partenaires

Indicateur de performance :

Profil des partenaires ciblés :

Taux d'ouverture des E-Newsletters
Retombées presse directe suite à l'envoi
Demandes d'accueils presse suite à l'envoi (retombées presse indirectes)

Institutionnels et privés

Profil visiteur :

Destination institutionnels et acteurs touristiques souhaitant communiquer auprès de la presse scandinave

Nombre de partenaires souhaités : 1

Media / Support :

E-news envoyé à l'ensemble de nos abonnées 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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Focus Groupe - Accueil à destination suivi d'un ciblage marketing

Opération à la carte

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

Public attendu : Médias internationaux, Professionnels internationaux

Un groupe de journalistes/influenceurs et de TO/agences scandinaves, avec un accompagnement Atout France, découvre la destination et donne des clés de positionnement ainsi que des pistes de promotion et de développement de la programmation auprès des clientèles scandinaves.

Objectif

Partenaires

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels (CRT, OT, CDT)

Nombre de partenaires souhaités : Une destination

Format

Lieu : **Format de l'opération :**

4 jours de déplacement à destination, comprenant un programme de découverte, ainsi qu'une réunion / animation marketing permettant de recueillir les perceptions et recommandations des participants.

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 :**

Sélection et invitation de journalistes/influenceurs et de TO/agences scandinaves. Communication post-opération sur le compte LinkedIn d'Atout France Scandinavie et Pays baltes.

- **LESÉNÉCAL - Charlotte** charlotte.lesenecal@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Conférence de presse à la carte (avec un accueil de prévu)

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.

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.

Objectif

Profil visiteur :

Presse et influenceurs

Visiteur attendu : entre 10-15 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.

Partenaires

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités : 1

- **LESÉNÉCAL - Charlotte** charlotte.lesenecal@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Campagne cyclotourisme

Opération à la carte

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) : publirédactionnel 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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Campagne influenceur/ambassadeur de destination

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 et Suédois, 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

Pays Nordiques - Campagne de notoriété B2C digitale

Opération à la carte

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

Profitez d'une campagne digitale exclusive sur l'écosystème Explore France pour promouvoir vos destinations ou vos produits/services auprès du grand public scandinave. L’offre B2C 100% digitale comprend un contenu éditorial sur France.fr, offrant une visibilité ciblée auprès des voyageurs potentiels, une campagne e-mailing envoyée à notre base de données qualifiée et un relais sur les réseaux sociaux pour maximiser l’engagement et la portée de votre message.

Objectif

Partenaires

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités : Action individuelle

Format

Lieu : **Format de l'opération :**

- Production et traduction d'un contenu éditorial dans la langue (DK,SE,EN) sur les versions locales de France.fr
- Mention dans les newsletters mensuelles Explore France sur les marchés DK, SE, NO
- Création d'un ou plusieurs posts boostés sur les réseaux sociaux (Instagram/Facebook) (selon budget)

Profil visiteur :

Grand public

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

Pays nordiques - Campagne slow tourisme

Opération à la carte

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) : publirédactionnel magazine affinitaire (Opdag Verden, Outdoor magasinet, Outdoor365, Eventyrsport)

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

Indicateur de performance :
Indicateurs 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 / conscious travel

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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Campagne de conversion/ventes TO

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

Pays nordiques - PAC Média Opération à la carte

Marchés d'intervention : Danemark, Finlande, Norvège, Suède
Type de rendez-vous : Formations
Public attendu : Médias internationaux

Accompagner les partenaires dans leur communication médias sur les marchés nordiques et développer la visibilité du produit auprès des journalistes, influenceurs et médias spécialisés. Fournir un suivi régulier et des outils adaptés pour optimiser les visibilités médias.

Objectif

Partenaires

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités : 1

Format

- **LESÉNÉCAL - Charlotte** charlotte.lesenecal@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays Nordiques - Accueils de presse médias 2027

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)

Recrutement des supports selon le brief du partenaire

Coordination entre destination et médias

Conseil pour la construction du programme

Réservation des transports aux meilleurs tarifs (négociation possible avec compagnies ferroviaires ou aériennes)

Accompagnement sur place par un attaché de presse Atout France (accueils collectifs)

Suivi des retombées : articles, contenus web, contre-valeur publicitaire, audience, etc.

Reporting complet (clipping et analyse)

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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays Nordiques - Eductour PRO pays nordiques et Baltes

Opération à la carte

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 baltes 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 : 6-20

- **STEFANI - Marie** marie.stefani@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays Nordiques - Accueil montagne été

Opération à la carte

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.

Indicateur de performance :

Recrutement des supports selon le brief du partenaire

Coordination entre destination et médias

Conseil pour la construction du programme

Réservation des transports aux meilleurs tarifs (négociation possible avec compagnies ferroviaires ou aériennes)

Accompagnement sur place par un attaché de presse Atout France (accueils collectifs)

Suivi des retombées : articles, contenus web, contre-valeur publicitaire, audience, etc.

Reporting complet (clipping et analyse)

Profil visiteur :

Médias, journalistes

Visiteur attendu : Un groupe de 4-6 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

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Pays nordiques - Soirée influenceurs / presse nordiques

Opération à la carte

Marchés d'intervention : Danemark, Suède
Type de rendez-vous : Rencontres médias
Public attendu : Médias internationaux

Une soirée afterwork dédiée aux influenceurs et à la presse nordiques, aux couleurs d'une destination ou d'une thématique française, éventuellement en partenariat avec une marque française ou 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, avec présentation de la destination et échanges avec une vingtaine d'influenceurs et journalistes scandinaves. Le format pourra également intégrer un atelier, une animation ou une expérience en lien avec la thématique mise à l'honneur.

Profil visiteur :

Presse et influenceurs

Visiteur attendu : 20-25 **Media / Support :**

Invitation envoyée à un groupe ciblé d'influenceurs et de journalistes identifiés par Atout France.
Contenus diffusés en langues locales sur nos pages médias/presse.
Newsletter presse dédiée autour de la thématique, avec une sélection de bons plans en lien avec celle-ci (recettes, adresses, expériences, etc.).

- **LESÉNÉCAL - Charlotte** charlotte.lesenecal@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr