RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



Plan d'actions Pays-Bas

Avec un taux de départ de 78% en 2025 (CBS), l'un des plus élevés d'Europe, les Néerlandais confirment leur motivation de prendre des congés, en particulier à l'étranger : selon une enquête Columbus Travel de janvier 2026, 88% souhaitent partir en vacances cette année. En 2025, 57% des Néerlandais avaient favorisé des séjours à l'international (+5% v. 2024)

En 2025, les Néerlandais étaient 6,9 millions à choisir la France comme destination de vacances, et première destination en nombre de séjours devant l'Allemagne et l'Espagne (CBS, 2025)

Les recettes s'élèvent à 3.1 milliards d'euros en France en 2025 (Banque de France, 2026).

Chiffres clés

6,9
millions d'arrivées en 2025

3,1 Mds
d'euros de recettes touristiques en 2025

78%
de voyages en voiture en France en 2025

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/km² et 93% d'urbains (Statistics Netherlands, 2025)
- Taux de croissance : +1,1% en 2025 et 1.2% prévisionnel 2026 (IMF, 2025-26)
- PIB par habitant : 69,120 EUR en 2026 (IMF, 2026)
- Taux de chômage : 3,8% en 2025 et 4,1% prévisionnel 2026 (IMF, 2026)
- Taux d'inflation : 2.8% en 2025 et 2.7% prévisionnel 2026 (IMF, 2026)

Positionnement de la destination France

La France est la première destination des Néerlandais en 2025 avec une part de marché de 15% devant l'Allemagne 13,7%, l'Espagne 10,6% et la Belgique 9,8% (CBS 2026)

- ?Nombre d'arrivées en France : 6,9 millions d'arrivées en 2025, et 3,170 millions de séjours (+12% v. 2024, CBS)
- Recettes pour la destination France : **3,1 milliards d'euros en 2025** (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** (14 millions de nuitées, INSEE),
- **3ème clientèle étrangère pour les sports d'hiver** en 2025
- Durée moyenne de séjour : **10,1 nuitées** en 2025 (CBS)
- Modes de transport : **voiture à 78%** puis train à 11% (2026, CBS)

Connectivité aérienne : une trentaine de dessertes disponibles vers la France (1/4 environ saisonnières été ou hiver) :
- Depuis Amsterdam : Paris (CDG), Rennes (RNS), Nantes (NTE), Bordeaux (BOD), Biarritz (BIQ), Toulouse (TLS), Montpellier (MPL), Marseille (MRS), Nice (NCE), Lyon (LYS)
- Depuis Rotterdam : Toulon (TNL), Bergerac (EGC - arrêt fin mars 2027), Bastia (BIA)
- 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 (12/2025-04/2026).
Plusieurs rotations quotidiennes de train NS entre Amsterdam et Bruxelles avec une fréquence de 16 à 32 trains par jour.
Nouveautés :
- 14 décembre 2026 : lancement liaison ferroviaire quotidienne GoVolta depuis Amsterdam avec plusieurs !tapes en Belgique, Arras et Amiens.
- 18 décembre : nouvelle desserte directe saisonnière vers les Alpes françaises avec Travelski depuis Amsterdam

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, Bourgogne.

Sensibilité ou non au tourisme durable :
32% 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 40% choisissent une autre destination pour éviter les conditions météorologiques extrêmes (NBTC, 2026).

Mode de réservation :
o 50% des réservations sont faites en ligne directement via le prestataire (ANVR Jaarmeting 2026)
o 11% des Néerlandais préfèrent réserver auprès d'un agent de voyages (ANVR Jaarmeting 2026)
o 35% des réservations sont pour de l'hébergement sec (NBTC, 2026)
o 32% Packages : à égalité avec composition de voyage soi-même (ANVR Jaarmeting 2026)
o Séjours sur mesure et circuits : 13% (hébergements, activités, transport)
o Transport uniquement réservé : 9% (ANVR Jaarmeting 2026)
o 66% des Néerlandais voyagent avec leur partenaire (ANVR Jaarmeting 2026)

Saisonnalité :
Poids des séjours par saison (Banque de France) : 49% été (dont septembre) ; 22% printemps ; 17% automne ; 13% hiver (dont Noël).
60% des Néerlandais partent entre avril et aout (NBTC 2026).
Phases d'inspiration et de réservation pour chaque saison : 40% des Néerlandais commencent à planifier leurs grandes vacances 3 à 6 mois à l'avance (NBTC 2026)
o 23% des Néerlandais ont été inspirés par les réseaux sociaux, 32% via les sites de "fournisseurs" de vacances et hébergements (NBTC, 2026)
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) (NewCom 2026)
Les Néerlandais partagent généreusement leurs expériences de vacances sur les réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp, Pinterest, Tiktok ou Instagram.
L'IA est utilisée principalement par les jeunes afin de trouver les activités à ne pas manquer, obtenir des informations culturelles ou planifier un itinéraire. (ANVR Jaarmeting 2026).

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, qui est un système de virements bancaires instantanés dès à présent couplé au nouveau système de paiement Européen Wero. Fin 2026, iDeal deviendra WERO et sera utilisable dans la plupart des pays Européens, (Dutch Payments Association, 2026).
- 37 % des achats en ligne sont réalisés depuis un téléphone, il est important de mettre en place des sites efficaces (E-commerce Payments by Device, Page 9,?Dutch Payments Association) pour faciliter la transformation.
- En 2026, il y a plus de 2 millions de véhicules électriques ou hybrides soit 1 voiture sur 5 aux Pays-Bas (NLTimes). Il y a donc une nécessité pour la France d'offrir des réseaux de bornes de recharges électriques à travers tout son territoire en quantité suffisante.
- Les Pays-Bas comptent 10,6 millions de cyclistes amateurs (Recreactif 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 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

Le marché Pays-Bas en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

PAYS-BAS

Quelques données économiques

- 18,1 MILLIONS d'habitants
- 65 000 € PIB / habitant
- +1.1% CROISSANCE PIB en 2025 +1.2% prev. en 2026

Période de séjours en France

- 22% PRINTEMPS
- 17% AUTOMNE
- 49% ÉTÉ
- 13% HIVER

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France



Données touristiques en 2025-26

- 2,8 MILLIONS de sejours touristiques
- 1ère clientèle en France en hôtellerie de plein air
- 3.1 MILLIARDS de recettes touristiques
- 10,4 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

1. Vacances actives (cyclo/rando)
2. Tourisme urbain
3. Tourisme culturel

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 - 2027 - B2B - Explore France** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Pays-Bas - 2027 - Fiets en Wandelbeurs** : Salons / Grand public international
- **Pays-Bas - 2027 - B2B - Workshop montagne en hiver** : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- **Pays-Bas - 2027- MICE - Let's meet the MICE industry** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux
- **Pays-Bas - 2027 - Presse - Media Event** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Pays-Bas - 2027 - Workshop presse 'Slow tourisme'** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Pays-Bas - 2027 - Workshop presse 'Montagnes Hiver'** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Pays-Bas - 2027 - Workshop presse 'Montagnes été'** : Rencontres médias / Médias internationaux
- **Pays-Bas - 2026 - MICE - Let's meet the MICE industry** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux
- **France, Le Grand Détour 2027** : Rencontres médias / Médias internationaux

PAYS-BAS - 2027 - B2B - EXPLORE FRANCE

PRESTATION

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 9 novembre 2027 à Amsterdam.

Cet événement est organisé dans l'objectif de réunir les destinations françaises, les hôteliers, les réceptifs... 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'internationnal
- 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, éco-tourisme, hébergements, activités insolites, experientielles et surtout les nouveautés)

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, hébergeurs, réceptifs, itinérances douces, villes, court-séjours, proposants 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 - Affichage de vos USP « unique selling points » sur place - 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 23 juillet 2027

Précisions tarifaires :
Tarif Early Bird valable jusqu'au 30 juin 2027 : 1350 HT*
Tarif normal : 1485 HT* *valable pour tous les adhérents Atout France à jour de leur cotisation

FORMAT

Liste des sessions :
Explore France 2027 - Pays-Bas

Date de la session	: 09 novembre 2027
Date limite d'inscription	: 23 juillet 2027

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

PAYS-BAS - 2027 - FIETS EN WANDELBEURS

PRESTATION

Marchés d'intervention : Pays-Bas
Type de rendez-vous :
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières :

Plus grand salon sur les thèmes du cyclotourisme et de la randonnée aux Pays-Bas.

Salon grand public permettant également d'aller à la rencontre des grands acteurs du secteur sur leurs stands

OBJECTIFS

- Promouvoir votre offre cyclo-touristique et randonnée pédestre auprès du public + TOs spécialisés
- Déclencher l'envie des visiteurs et les orienter vers la France et votre destination
- Montrer la diversité de l'offre française auprès d'un public néerlandais CSP+ très ciblé et motivé

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations, partenaires privés

Nombre de partenaires souhaités :
20 exposants minimum

Visibilité partenaire :
1 totem double face avec 2 photos Communication: voir "media-support"

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite Early Bird 13 novembre 2026 Date limite d'inscription le 4 decembre 2026

Précisions tarifaires :
Module simple (1 personne, 1 entité) Tarif Early Bird, valable jusqu'au 13 novembre 2026 : 3300 euros HT* Tarif Normal : 3630 euros HT* Module double (2 personnes, max. 2 entités) Tarif Early Bird, valable jusqu'au 13 novembre 2026 : 5300 euros HT* Tarif Normal : 5830 euros HT* *valable pour tous les adhérents Atout France à jour de leur cotisation

FORMAT

Liste des sessions :
Fiets en Wandelbeurs 2027

Date de début	: 12 février 2027
Date de fin	: 14 février 2027
Date limite d'inscription	: 04 décembre 2026

Lieu :
Utrecht

Format de l'opération :
- Module d'exposition individuel (stand) sur le Pavillon France comprenant un package de communication.
- Pavillon France personnalisé mettant en valeur les Marques Mondiales de destinations.

Indicateur de performance :

En collaboration avec E-bike Xperience, le Fiets en Wandelbeurs d'Utrecht édition 2026 a connu un franc succès. L'événement a réuni plus de 24 000 personnes durant les 3 jours d'ouverture.
Vendredi 13 février 2026 : 10.098 personnes
Samedi 14 février 2026 : 9.112 personnes
Dimanche 15 février 2026 : 5.418 personnes
Total : 24.628 personnes
L'espace a accueilli : 500 exposants, 106 conférences et 18 exposants français
Le taux de satisfaction des exposants du Pavillon France était 8.1 sur 10

Qui sont les visiteurs ?
Principalement des amateurs de cyclo-tourisme et de randonnée

Edition précédente :
En 2025 : 24165 visiteurs
•Vendredi 14 février 2025 : 11.387 personnes
•Samedi 15 février 2025 : 7.690 personnes
•Dimanche 16 février 2025 : 5.088 personnes
500 exposants dont 32 exposants français

Profil visiteur :
Cyclotouristes / randonneurs loisirs et sportifs, familles / couples

Visiteur attendu :
20 000 visiteurs attendus

Media / Support :

Communiqué de presse envoyé à 360 contacts, dont presse professionnelle et spécialisée

Posts sur les réseaux sociaux Facebook B2C et LinkedIn corporate Atout France aux Pays-Bas pour annoncer le Pavillon France et ses partenaires

Mention des exposants sur le site du Fiets & Wandelbeurs

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

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

PAYS-BAS - 2027 - B2B - WORKSHOP MONTAGNE EN HIVER

PRESTATION

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

Événement networking organisé auprès des professionnels du tourisme néerlandais spécialisés dans les séjours de la montagne en hiver ou susceptibles de le devenir afin de les informer de l'offre et des nouveautés des stations françaises dans le but de développer une meilleure programmation de votre destination.

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 11 juin 2027 Date limite de restitution des éléments livrables : Vendredi 18 juillet 2027

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

FORMAT

Liste des sessions :
Workshop B2B Montagne en hiver 2027 - Pays-Bas
Date de la session : 28 septembre 2027
Date limite d'inscription : 11 juin 2027

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 :
15 - 20 participants

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

PAYS-BAS - 2027- MICE - LET'S MEET THE MICE INDUSTRY

PRESTATION

Marchés d'intervention : Pays-Bas
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux
Espaces et filières :

Bonne occasion de rencontrer des professionnels du MICE néerlandais

OBJECTIFS

- Promouvoir vos offres MICE auprès de professionnels neerlandais 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'incription : Vendredi 23 juillet 2027

Précisions tarifaires :
Tarif Early Bird valable jusqu'au 30 juin 2027 : 1700 HT*
Tarif normal : 1870 HT* *valable pour tous les adhérents Atout France à jour de leur cotisation

FORMAT

Liste des sessions :
Let's meet the MICE industry 2027 - Pays-Bas
Date de la session : 25 novembre 2027
Date limite d'inscription : 23 juillet 2027

Lieu :
Amsterdam

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

Edition précédente :
Evènement expérientiel (spectacle Claude Monet - Fabrique des Lumières et cuisine autour des recettes de Monet) et networking très apprécié tant par les exposants que par les invités néerlandais

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

Visiteur attendu :
12-15

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

PAYS-BAS - 2027 - PRESSE - MEDIA EVENT

PRESTATION

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

Rencontre networking avec les médias néerlandais pour faire découvrir votre destination, présenter vos nouveautés et générer des retombées médias en 2027

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 :
15-20

Visibilité partenaire :
- Espace dédié lors de la rencontre. - Une double-page dans le Media Magazine 2027 - Votre destination taguée dans post sur notre page LinkedIn après l'événement. - Media monitoring (online, print) en 2027

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Deadline le 30 novembre 2026 (ou 31 octobre 2026 pour profiter du Tarif Early Bird)

Précisions tarifaires :
Tarif Early Bird : € 2 150 HT (+ € 200 HT pour une personne supplémentaire) Tarif normal : € 2 350 HT (+ € 200 HT pour une personne supplémentaire)

FORMAT

Liste des sessions :
Media Event 2027 - Pays-Bas
Date de la session : 09 février 2027
Date limite d'inscription : 30 novembre 2026

Lieu :
Amsterdam

Format de l'opération :
Événement networking divisé en sessions

Indicateur de performance :
- Nombre de contacts et nouveaux contacts par exposant
- Nombre de rendez-vous sur la journée
- Retombées RP pour les partenaires sur 2027/2028
- Nombre de reportages et accueils organisés à la suite de la rencontre

Edition précédente :
- 16 partenaires français
- 56 médias néerlandais

Profil visiteur :
Journalistes tous média, créateurs de contenus (Instagram, blogs, Youtube...). Thèmes : voyage, France, rando, vélo, outdoor, camping, montagnes, culture, gastronomie/œnologie, lifestyle, luxe, presse féminine, séjour en ville, durabilité.

Visiteur attendu :
±50 invités médias et créateurs de contenus

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

PAYS-BAS - 2027 - WORKSHOP PRESSE 'SLOW TOURISME'

PRESTATION

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

Rencontre networking avec les médias néerlandais pour faire découvrir votre destination, présenter vos nouveautés et générer des retombées médias en 2027 et en 2028.

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

Visibilité partenaire :
- Espace dédié lors de la rencontre. - Présentation pour les médias : une slide dédiée à votre destination. - Votre destination taguée sur notre page LinkedIn après l'événement.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Deadline : le 1er juillet 2027 (ou le 14 mai 2027 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 :
Slow Tourisme 2027 - Pays-Bas

Date de la session	:	07 octobre 2027
Date limite d'inscription	:	01 juillet 2027

Lieu :
Amsterdam ou Utrecht

Format de l'opération :
Rencontre en présentiel sur la journée dans un lieu authentique et convivial. Chaque destination aura sa table dédiée.

Indicateur de performance :
- Nombre de contacts et nouveaux contacts par exposant
- Nombre de rendez-vous sur la journée
- Retombées RP pour les partenaires sur 2027/2028
- Nombre de reportages et accueils organisés à la suite de la rencontre

Edition précédente :
- 2022 (Slow Tourisme) : 10 partenaires, 22 médias
- 2023 (Tourisme urbain) : 9 partenaires, 24 médias
- 2024 (Culture & Patrimoine) : 8 partenaires, 17 médias
- 2025 (Art de vivre & Gastronomie) : 8 partenaires, 19 médias
- 2026 (Tourisme urbain) : *chiffre en attente*

Profil visiteur :
Journalistes print et online, créateurs de contenus (Instagram, blogs, Youtube). Cibles : millennials, couples sans enfants, jeunes familles, voyageurs solo, empty nesters, séniors. Thèmes : France, voyage (en train), rando, vélo loisirs et sportif, activités outdoor, nature, montagnes, camping, lifestyle, durabilité, bien-être.

Visiteur attendu :
±20 invités médias et créateurs de contenus

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

PAYS-BAS - 2027 - WORKSHOP PRESSE 'MONTAGNES HIVER'

PRESTATION

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 27/28 des montagnes françaises. Le 7 septembre 2027 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

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

Nombre de partenaires souhaités :
10-17

Visibilité partenaire :
- Espace dédié lors de la rencontre. - Présentation pour les médias : une slide dédiée à votre destination. - Votre destination taguée sur notre page LinkedIn après l'événement.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription : Le 31 mai 2027

Précisions tarifaires :
Coûts : 1.550 € HT

FORMAT

Liste des sessions :
Montagnes Hiver 2027 - Pays-Bas
Date de la session : 07 septembre 2027
Date limite d'inscription : 31 mai 2027

Lieu :
Amsterdam

Format de l'opération :
Rencontre en présentiel sur la journée dans un lieu authentique et convivial. Chaque destination aura sa table dédiée.

Indicateur de performance :
- Nombre de contacts et nouveaux contacts par exposant
- Nombre de rendez-vous sur la journée
- Retombées RP pour les partenaires sur 2027/2028
- Nombre de reportages et accueils organisés à la suite de la rencontre

Edition précédente :
L'édition 2024 : 18 partenaires français / 28 médias néerlandais
L'édition 2025 : 12 partenaires français / 22 médias néerlandais
L'édition 2026 : chiffres encore en attente

Profil visiteur :
Print (quotidiens et magazines) ainsi que digital (blogueurs), notamment dans les domaines montagnes, rando, outdoor, camping, voyage, France, lifestyle, féminin, Gen Z, famille, millennials et sénior.

Visiteur attendu :
25 à 30 invités médias et créateurs de contenus

Reseau social :
https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands/

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

PAYS-BAS - 2027 - WORKSHOP PRESSE 'MONTAGNES ÉTÉ'

PRESTATION

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

Rencontre presse pour lancer la nouvelle saison estivale des montagnes françaises.

OBJECTIFS

- Mise en avant et présentation de votre offre et de vos nouveautés "Montagnes en été" 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 :
10-14

Visibilité partenaire :
- Espace dédié lors de la rencontre. - Présentation pour les médias : une slide dédiée à votre destination. - Votre destination taguée sur notre page LinkedIn après l'événement.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription : Le 30 novembre 2026

Précisions tarifaires :
Coûts : 1.300 € HT

FORMAT

Liste des sessions :
Montagnes été 2027 - Pays-Bas

Date de la session	:	23 mars 2027
Date limite d'inscription	:	30 novembre 2026

Lieu :
Amsterdam

Format de l'opération :
Rencontre en présentiel sur la journée dans un lieu authentique et convivial. Chaque destination aura sa table dédiée.

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

Edition précédente :
L'édition 2024 : 11 partenaires français / 25 médias néerlandais
L'édition 2025 : 8 partenaires français / 20 médias néerlandais

Profil visiteur :
Print (quotidiens et magazines) ainsi que digital (blogueurs), notamment dans les domaines montagnes, rando, vélo, outdoor, camping, voyage, France, lifestyle, féminin, Gen Z, famille, millennials et sénior.

Visiteur attendu :
20 à 25 invités médias et créateurs de contenus

Reseau social :
https://www.linkedin.com/company/atout-france-netherlands/

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

PAYS-BAS - 2026 - MICE - LET'S MEET THE MICE INDUSTRY

PRESTATION

Marchés d'intervention : Pays-Bas
Type de rendez-vous :
Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux
Espaces et filières :

Bonne occasion de rencontrer des professionels du MICE néerlandais

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'incription : 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 : 24 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

FRANCE, LE GRAND DÉTOUR 2027

PRESTATION

Marchés d'intervention : Belgique, Pays-Bas, Royaume-Uni
Type de rendez-vous :
Public attendu : Médias internationaux
Espaces et filières :

Clin d'œil à l'iconique course cycliste, « Le Grand Détour » est une campagne presse annuelle qui a pour objectif de fédérer les partenaires français autour d'une thématique stratégique forte : le cyclotourisme. Construite en 8 étapes mais disponible à la carte, elle est menée en parallèle au Royaume-Uni, aux Pays-Bas et en Flandre (BE), et invite les lecteurs à prendre leur temps et à découvrir la France à vélo au fil de ses détours.

Voici un aperçu des actions presse dont vous pouvez faire une sélection pour travailler le cyclotourisme à l'étranger :

1. Magazine « France, Le Grand Détour »
> € 5.900 HT
Un press kit sous forme de magazine lifestyle, pensé pour soutenir toute l'année la communication d'Atout France UK, NL et BE. Il met à l'honneur les destinations partenaires, les plus belles routes vélo de France et des interviews de rédacteurs en chef cyclo et de leaders d'opinion.

2. Communiqué de presse
> € 3.500 HT
Un communiqué de presse afin d'amplifier la visibilité de votre destination auprès des médias UK, NL et BE.

3. Accueil presse groupe multi-marché
> € 3.000 HT, hors transports vers/depuis la France (1 accueil sur 2027)
Pas une course : le voyage avant tout, autour d'une thématique (gastronomie, cinéma, culture…). Un temps pris pour montrer ce que l'on trouve sur la route, avec les partenaires rencontrés en chemin.

4. Accueil presse individuel
> € 1.150 HT, hors transports vers/depuis la France
Accueil d'un journaliste voyage UK, NL ou BE, selon disponibilité. Mise en avant des experiences et lieux qui valent le detour, et a deux roues !

5. The 7 Rides : campagne d'influence
> € 5.900 HT par accueil, hors transports vers/depuis la France
Une destination, une créatrice. Une activation de créatrices cyclistes phares et un push sur les réseaux sociaux, avec encouragement au cross-posting. À la demande, selon disponibilité.

6. Workshop presse « The French Bike Stop » - Londres, 03.06.2027
> € 1.750 HT
* Une sortie sur une boucle londonienne populaire, suivie d'un petit-déjeuner de networking avec les

partenaires français.
* Un panel d'experts : les coulisses de la presse du Tour de France.

7. Workshop presse « Slow Tourisme » NL, 07.10.2027
> € 1.305 HT
Événement presse au format networking, sur une demi-journée pour promouvoir l'offre « slow tourisme » (dont cyclo) de votre territoire auprès de journalistes voyage néerlandais.

8. Workshop presse « Tourisme Durable », 21.10.2027
> € 1.500 HT
Présentation de l'offre touristique durable (dont cyclo) autour d'un déjeuner presse avec journalistes et influenceurs/blogueurs belges.

Consultez la présentation en bas de la page pour plus de détails et contactez les personnes référentes pour monter votre campagne presse 'cyclo' sur mesure.

OBJECTIFS

- Mettre en lumière votre offre cyclo sur trois marchés forts dans ce domaine
- Informer et inspirer les journalistes UK/NL/BE pour de futurs voyages de presse
- (Re)nouer des liens avec les journalistes UK/NL/BE

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Partenaires publics (OT, CDT, CRT...) et privés.

Nombre de partenaires souhaités :
Magazine : 3+ partenaires Communiqué de presse : 1 partenaire VP multi-marché : 1 partenaire VP individuel : 1 partenaire/voyage VP influence : 1 partenaire/voyage (UK) Workshop presse « The French Bike Stop » : 3-5 partenaires (NL) Workshop « Slow Tourisme » : 8-12 partenaires (BE) Workshop presse « Tourisme Durable » : 2-3 partenaires

FORMAT

Liste des sessions :
France, Le Grand Détour 2027

Date de début	: 01 janvier 2027
Date de fin	: 31 décembre 2027
Date limite d'inscription	: -

Profil visiteur :
Journalistes (magazines/quotidiens), blogueurs et influenceurs (Gen Z). Médias spécialisés vélo pour les intermédiaires à experts, mais aussi d'autres types de médias s'intéressant à d'autres thèmes (culture et patrimoine, art de vivre et gastronomie...) que l'on peut combiner avec le vélo loisirs.

Visiteur attendu :
Magazine : 300+ destinataires Communiqué de presse : 300+ destinataires VP multi-marché : 5 participants VP individuel : 1 participant/voyage VP influence : 1 participant/voyage (UK) Workshop presse « The French Bike Stop » : 10-15 participants (NL) Workshop « Slow Tourisme » : 20-25 participants (BE) Workshop presse « Tourisme Durable » : 10-15 participants

Teste - Marine marine.teste@atout-france.fr
Van Aerts - Sannerien sannerien.van-aerts@atout-france.fr
Daniela Jorge-Rouault daniela.jorge@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur 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 - Campagne Cyclotourisme** : Campagnes
- **Pays-Bas - Partenariat Columbus Magazine et Podcast** : Campagnes
- **Pays-Bas - B2B - E-Newsletter B2B** : Communication B2B / Professionnels internationaux
- **Pays-Bas - Partenariat avec l'application Travel Diaries** : Campagnes / Grand public international
- **Pays-Bas - Haute contribution : Hôteliers 4* ou 5* - Leisure Travel Media** : Campagnes / Grand public international

2026

- **Pays-Bas - Promotion digitale personnalisée sur France.fr** : Campagnes / Grand public international
- **Pays-Bas - Presse - Accueil groupe** : Campagnes / Médias internationaux
- **Pays-Bas - Communiqué de presse dédié** : Campagnes / Médias internationaux
- **Pays-Bas - Campagne ambassadeurs tourisme sportif - Life after football** : Campagnes / Grand public international

PAYS-BAS - CAMPAGNE SLOW TOURISME

OPÉRATION À LA CARTE

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) : publirédactionnel magazine affinitaire (Bergen, Naturescanner, National Geographic, Happinez, 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

Informations complémentaires et mises à jour sur 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 chaine RTL 4 (chaine privée leader aux Pays-Bas), pour un épisode consacré à votre destination. Lors de cet épisode, les présentateurs Koert-Jan 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, n ombre 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

PAYS-BAS - ACCUEIL INFLUENCEURS NÉERLANDAIS

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 , 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

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

PAYS-BAS - CAMPAGNE CYCLOTOURISME

OPÉRATION À LA CARTE

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, Cyclingdestionation.cc...)

Print (si souhaité) : publirédactionnel 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

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

PAYS-BAS - PARTENARIAT COLUMBUS MAGAZINE ET PODCAST

OPÉRATION À LA CARTE

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 publireportage 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

PAYS-BAS - B2B - E-NEWSLETTER B2B

OPÉRATION À LA CARTE

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

Informations complémentaires et mises à jour sur 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
Espaces et filières : Activités outdoor, Campagne , Culture & patrimoine, Gastronomie , 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 prives, ciblant la clientele neerlandaise (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

PAYS-BAS - HAUTE CONTRIBUTION : HÔTELIERS 4* OU 5* - LEISURE TRAVEL MEDIA

OPÉRATION À LA CARTE

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 un groupe d'édition proposant un portfolio d'e-magazines sur les thématiques du voyage, des hôtels d'exception, des city trips et de la culture notamment les e-magazines Dream Hôtel, Joie de vivre (lifestyle) et STEDEN! (inspiration city breaks) ainsi que des éditions spéciales dédiées à une destination/ un pays.
Les e-magazines sont distribués à travers un vaste réseau de partenaires composé de chaînes hôtelières internationales (Ritz-Carlton, Marriott, Hyatt), des librairies digitales des compagnies aériennes (Lufthansa, SWISS, Brussels Airlines) et autres partenaires d'accueil (Holland America Line, Sunny Cars, Sixt).

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 :
Hôtels d'exception 4* ou 5* ciblant la clientèle néerlandaise.

FORMAT

Format de l'opération :
• 1 article de 12 pages (l'article comprend un grand nombre de photos pleines pages) de Dream Hotel en 2027
• 2 pages dans un numéro de Joie de vivre en 2027
• 2 pages dans un numéro de STEDEN! en 2027

Media / Support :
A propos de Leisure Travel Media :

- Dream Hotel reach : 195.000
- 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

PAYS-BAS - PROMOTION DIGITALE PERSONNALISÉE SUR FRANCE.FR

OPÉRATION À LA CARTE

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'une insertion dans notre newsletter avec pour objectif de générer du trafic vers l'article, et d'une campagne META avec ciblage sur-mesure.
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
META : impressions, clics, 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), newsletter (Pays-Bas), META

Reseau social :
Facebook

DEN BROEDER - Eva eva.den-broeder@atout-france.fr

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

PAYS-BAS - PRESSE - ACCUEIL GROUPE

OPÉRATION À LA CARTE

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

PAYS-BAS - COMMUNIQUÉ DE PRESSE DÉDIÉ

OPÉRATION À LA CARTE

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 apercu 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

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

PAYS-BAS - CAMPAGNE AMBASSADEURS TOURISME SPORTIF - LIFE AFTER FOOTBALL

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Pays-Bas
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Tourisme sportif, Bien être, Culture & patrimoine, Gastronomie , Montagne, Ville, Œnotourisme

Deux légendes du sport néerlandais partent à la découverte d'une destination française pendant 4 jours à travers le sport, la gastronomie, la culture et des récits personnels. Les contenus créés pendant le séjour seront médiatisés au sein d'une plus large campagne sur le marché néerlandais.

Ex de profils :
Leontien van Moorsel – ancienne cycliste professionnelle et gagnante du Tour de France femmes - 11,5k followers sur Instagram
Ses victoires sur le Tour de France femmes confèrent à son attachement à la France une authenticité sans pareille. La France n'est pas seulement une étape dans son parcours mais fait partie intégrante de son héritage sportif. Sa présence permet à la série d'explorer la France à travers le mouvement, la nature, le bien-être, la gastronomie et des réflexions personnelles.

Gregory van der Wiel – ancien joueur de football - 741k followers sur Instagram
Il entretient un lien direct avec la France grâce à son passage réussi au Paris Saint-Germain. Grâce à ses centres d'intérêt, Gregory peut relier le sport à un récit plus large sur l'art de vivre : comme la France inspire à travers la culture, la gastronomie, le design, les villes et le rythme de la vie quotidienne.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Une collaboration entre plusieurs partenaires publics et privés

FORMAT

Format de l'opération :
Accueillir pendant 4 jours/ 3 nuits 2 anciens sportifs de haut niveau et l'équipe technique (4 personnes) pour qu'ils filment leurs séjours. Durant le séjour, il faudra mêler activités et moments propices à l'échange (par exemple repas) afin qu'il puisse y avoir des moments authentiques de discussions.
À l'issu du séjour, deux reportages de 12 min, ainsi que des formats condensés pour les réseaux sociaux, seront réalisés. Il seront partagés massivement via les différents canaux de Life After Football et des sportifs eux-mêmes.

Indicateur de performance :

Un reach de 750.000 personnes réparties comme suit :

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

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

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

Reseau social :
https://lifeafterfootball.eu/

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