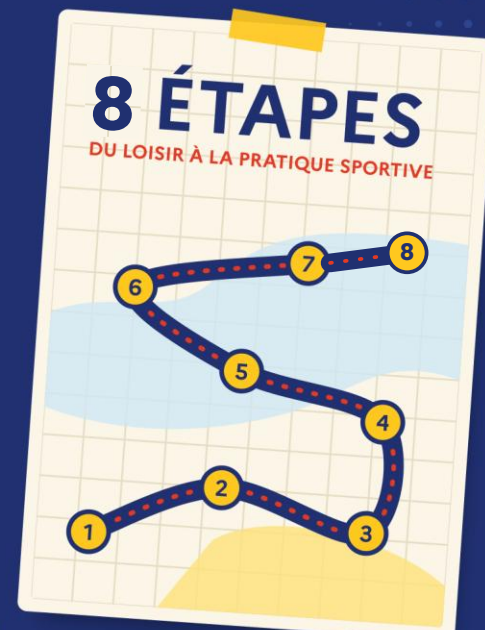


CAMPAGNE PRESSE ANNUELLE BE, NL & UK 2027

LE GRAND DÉTOUR

Un plan presse sur mesure, déployé toute l'année auprès des médias britanniques, néerlandais et belges néerlandophones, pour faire rayonner le vélo en France, du loisir à la pratique sportive. Il s'inscrit dans la stratégie 360 d'Atout France, qui vise à faire de la France la première destination vélo au monde d'ici 2030.

#WORTH
THE RIDE



POURQUOI LE CYCLISME, POURQUOI MAINTENANT ?

FRANCE

Devenir la première destination vélo du monde d'ici 2030

+28 %

d'itinéraires cyclables en deux ans

+43 %

de ventes de vélos en deux ans



+7,1 %

de ventes de vélos neufs en Belgique en 2025, soit 578 737 vélos

71 %

des Flamands utilisent le vélo pour se déplacer et/ou se promener



70 %

des Néerlandais (16+ ans) pratiquent le vélo de loisir

4,8 M

de séjours vélo de loisir aux Pays-Bas en 2024/2025, par 2,4 M de Néerlandais (16+ ans)

>90 %

souhaitaient réitérer l'expérience en 2026

23 %

envisagent un séjour axé sur le vélo dans les trois prochaines années



520 M€

de dépenses annuelles liées au cyclotourisme au Royaume-Uni

Top 3

des marchés émetteurs mondiaux pour les tour-opérateurs vélo

1,5 M

de trajets à vélo par jour à Londres, +43 % en six ans

35 %

des trajets à vélo ont pour motif le loisir, premier motif de déplacement

2 JUILLET 2027

HOMMES • ÉDIMBOURG

30 JUILLET 2027

FEMMES • LEEDS

Les deux Tours de France 2027 partent du Royaume-Uni

Deux rendez-vous mondiaux pour un réel coup de projecteur sur l'offre vélo en France.

CAMPAGNE PRESSE 2027 – BE NL UK

LE GRAND DÉTOUR

Découvrir la France à deux roues, *the slow way*

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 Belgique, et invite les lecteurs à prendre leur temps et à découvrir la France à vélo au fil de ses détours.

TROIS MARCHÉS

Belgique néerlandophone (BE)
Pays-Bas (NL)
Royaume-Uni (UK)

L'ANGLE

Le voyage avant la ligne d'arrivée,
les lieux et expériences qui valent
le détour, et à deux roues !

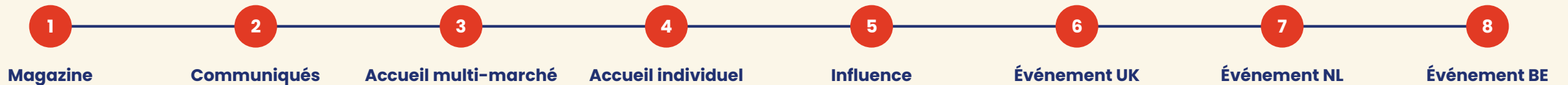
LES CIBLES

Loisir et débutants
Intermédiaires à experts
Génération Z (influence)

MAIS AUSSI...

Fait écho au « Grand Tour »,
voyage initiatique européen des
XVIIe et XVIIIe siècles

UNE CAMPAGNE EN 8 ÉTAPES



L'ÉDITORIAL : LE MAGAZINE ET LE RELAIS MÉDIA

1

France, Le Grand Détour : le magazine

5 900 € HT

TOUTE L'ANNÉE · LANCEMENT EN MARS-AVRIL

Un press kit sous forme de magazine lifestyle, pensé pour soutenir toute l'année la communication d'Atout France BE, NL et UK. 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. Digital dans un premier temps, avec un contenu pensé pour être décliné sur nos autres canaux, il pourra aussi être imprimé selon le nombre de partenaires mobilisés et distribué lors des événements clés sur les marchés ciblés.

3

marchés ciblés

2

pages dédiées pour chaque destination

3

partenaires minimum pour confirmer le projet

CIBLE

Médias Voyages & Cyclo sur les marchés BE / NL / UK

OBJECTIF

Informar une audience large, inspirer les journalistes à l'aide de sujets lifestyle

2

Communiqués de presse

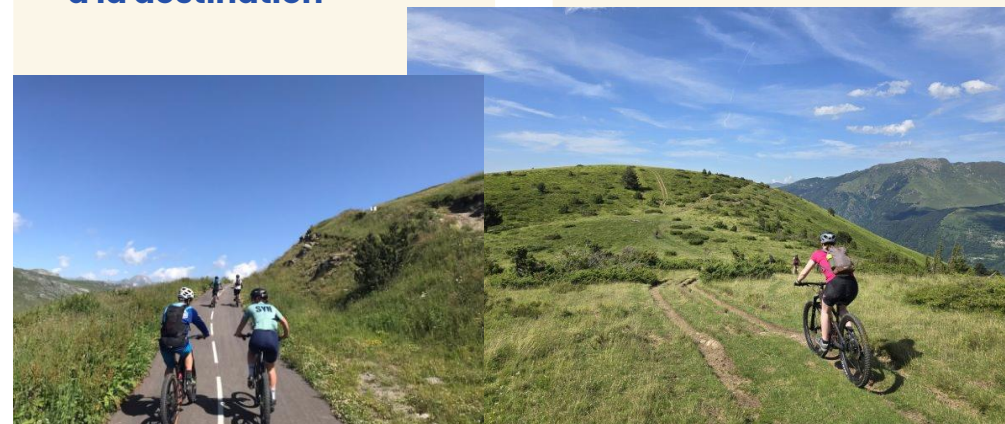
3 500 € HT

TOUTE L'ANNÉE

Un communiqué de presse afin d'amplifier la visibilité de votre destination auprès des médias BE, NL et UK.

Communiqué de presse dédié à la destination

Traduit et distribué sur les 3 marchés ciblés



LES ACCUEILS : PRESSE ET INFLUENCEUSES

3 Accueil presse groupe multi-marché

ENTRE FÉVRIER ET JUIN · 4-5 JOURNALISTES VOYAGE

3 000 € HT

Hors transports vers/depuis la France (1 accueil sur 2027)

LE CONCEPT

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. #worththeride

CIBLE

Médias Travel / Cyclistes loisir et débutants, multi-marchés : journalistes britanniques (Angleterre, Écosse ou Pays de Galles), néerlandais et belges. Ratio à préciser avec la destination partenaire.

BE

NL

UK

OBJECTIF

Retombées concrètes : articles print et/ou en ligne

4 Accueil presse individuel

ENTRE FÉVRIER ET OCTOBRE · À LA DEMANDE

1 150 € HT

Hors transports vers/depuis la France (selon disponibilité)

LE CONCEPT

Accueil d'un journaliste voyage BE, NL ou UK, selon disponibilité. Mise en avant des expériences et lieux qui valent le détour, et à deux roues ! #worththeride



5 The 7 Rides : campagne d'influence

ENTRE MARS ET MAI · CYCLISTES INFLUENCEUSES

5 900 € HT

Par accueil, hors transports vers/depuis la France

LE CONCEPT

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. #worththeride

CIBLE

Un public plus jeune, Gen Z, multi-marchés : créatrices du Royaume-Uni (Angleterre, Écosse, Pays de Galles), des Pays-Bas et de la Belgique

OBJECTIF

Retombées concrètes : contenus sur les réseaux sociaux + relais écosystème Atout France

LES ÉVÉNEMENTS

ROYAUME-UNI

1750 € HT

03

JUIN 2027

Min 10 à 15 journalists, influenceurs
et experts cyclo

Workshop Presse « The French Bike Stop »

Networking médias / influenceurs + Panel experts
au cœur de Londres

- Une sortie sur une boucle londonienne populaire, suivie d'une matinée de networking avec les partenaires français (café et viennoiseries).
- Un panel d'experts : les coulisses de la presse du Tour de France

PAYS-BAS

1305 € HT

07

OCTOBRE 2027

20 à 25 journalistes voyage

Workshop presse « Slow Tourisme »

Événement presse au format networking,
sur une demi-journée

- Promouvoir l'offre « slow tourisme » (dont cyclo) de votre territoire auprès de journalistes voyage néerlandais.
- Une demi-journée pour rencontrer 20 à 25 journalistes voyage et nouer des relations.

BELGIQUE

1500 € HT

21

OCTOBRE 2027

10 à 15 médias et influenceurs

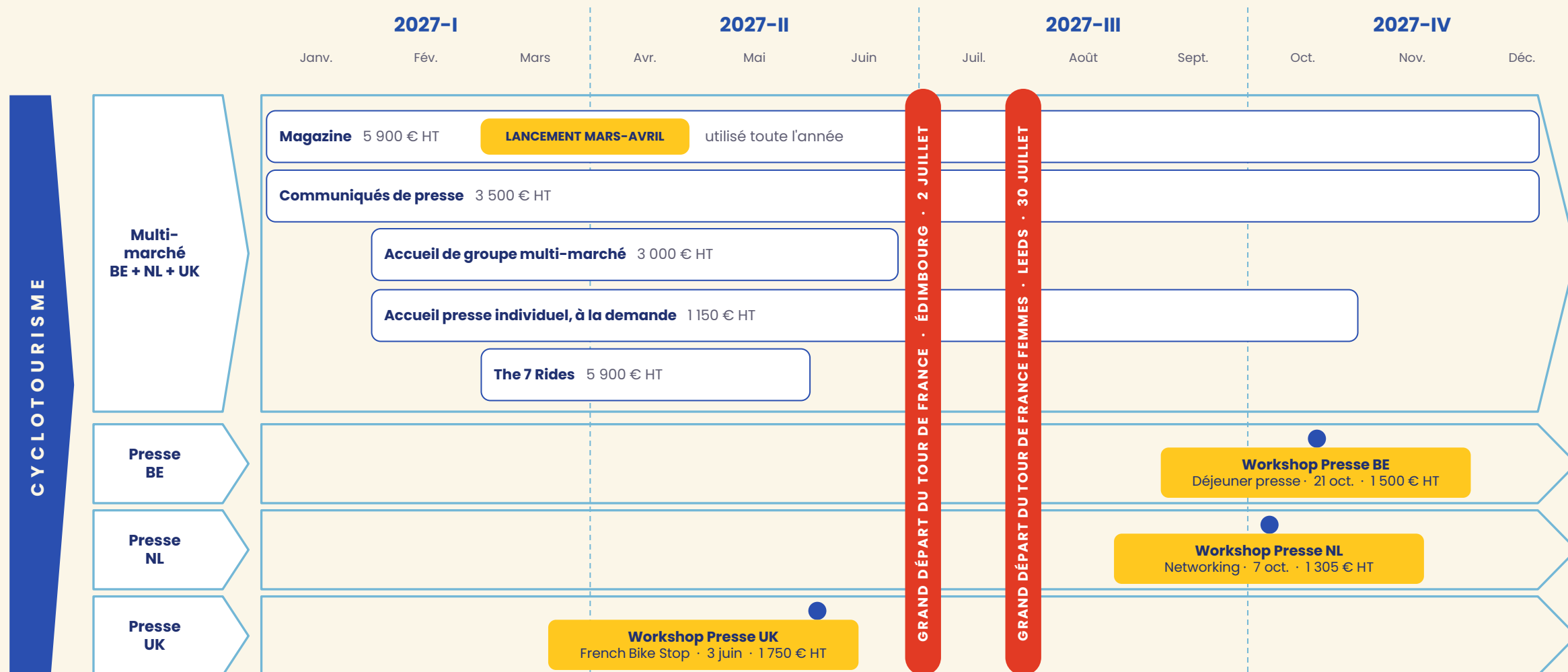
Workshop presse Tourisme Durable

Présentation de l'offre touristique durable autour
d'un déjeuner

- Présenter l'offre touristique durable de la destination à la presse et aux influenceurs/blogueurs belges.
- Un format convivial pour nouer des relations avec 10 à 15 médias.

OBJECTIF COMMUN Renouer les relations avec les médias, les inspirer, puis organiser des accueils presse individuels ou de groupe.

UNE CAMPAGNE EN 8 ÉTAPES SUR TOUTE L'ANNÉE



BUDGET À LA CARTE

Une offre d'actions à la carte : choisissez les volets qui correspondent à votre stratégie.

N°	Prestation à la carte	 BE	 NL	 UK	Prix en € HT
1	France, Le Grand Détour : le magazine Double page dédiée à votre destination, relais média BE, NL et UK	X	X	X	5 900
2	Communiqués de presse Un communiqué dédié à votre destination, traduit et distribué sur les 3 marchés	X	X	X	3 500
3	Accueil presse de groupe multi-marché 4-5 journalistes voyage BE, NL et UK, hors transports vers/depuis la France (1 accueil)	X	X	X	3 000
4	Accueil presse individuel 1 journaliste voyage BE, NL ou UK, à la demande selon disponibilité	X	ou	X	1150
5	The 7 Rides : campagne d'influence Accueil d'une créatrice cycliste, hors transports vers/depuis la France	X	ou	X	5 900
6	Workshop Presse UK : The French Bike Stop, 3 juin 2027 Networking média (10 à 15 journalistes cyclo, KOLs et experts) + panel d'experts			X	1 750
7	Workshop Presse NL : Slow Tourisme, 7 octobre 2027 Networking média Slow Tourisme (20 à 25 journalistes voyage)		X		1 305
8	Workshop Presse BE : Tourisme Durable, 21 octobre 2027 Networking média (10 à 15 médias, influenceurs et blogueurs)	X			1 500
Total des prestations prises séparément Avantage de 10 % si engagement sur la totalité des prestations					24 005 € HT Total pour les 3 marchés

Prix en euros, hors taxes. L'accueil presse individuel et la campagne d'influence se font à la demande, selon disponibilité. Ces tarifs n'incluent pas les frais de transport vers/depuis la France.

OPTIONS POUR ALLER PLUS LOIN

Des options à la carte, en complément de l'offre presse.

UK

PRESSE

Salon IMM TravMedia, Londres 22-23 mars 2027

250-300 médias voyage / lifestyle

[Fiche action](#)

UK

B2C

Activation LeShuttle, Folkestone

Emplacements publicitaires disponibles dans le terminal de Folkestone de Le Shuttle (Eurotunnel), et campagne digitale possible

Prix sur demande

BE

B2B

Rencontre B2B Explore France Eco-responsable – 10 juin 2027

Augmenter la connaissance des destinations françaises prouvant un tourisme éco-responsable

[Fiche action](#)

NL

B2C

Salon Fiets en Wandelbeurs 12-14 février 2027

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

[Fiche action](#)

NL

B2C

Campagne multimédias

Campagne multimédias avec package digital et print. Partenariat commercial avec un TO spécialisé également disponible sur demande

[Fiche action](#)

MM

MARKETING BE, NL, UK

Activation Marketing sur mesure

Une activation marketing construite selon vos objectifs, sur les marchés de votre choix.

Prix sur demande

ET APRÈS ?

Nous sommes à votre disposition

Pour construire votre package à la carte ou pour toute question sur la campagne, contactez-nous.

CONTACTS PRESSE UK

Marine TESTE

marine.teste@atout-france.fr

Katie TIMOTHY

katie.timothy@atout-france.fr

CONTACTS PRESSE BE / NL

Sannerien VAN AERTS (NL)

sannerien.van-aerts@atout-france.fr

Daniela JORGE-ROUAULT (BE)

daniela.jorge@atout-france.fr

Merci !

**ATOUT
FRANCE**

L'Agence de développement
touristique de la France

