Campagne Slow Tourisme (Pays-Bas)

OPÉRATION À LA
CARTE

Marchés d'intervention :	Pays-Bas			
Type de rendez-vous :	Campagnes			
Cibles :	Grand public international			
Espaces et filières :	Tourisme durable	Slow tourisme	Activités outdoor	Vélotourisme

Campagne pour le slow tourisme dans toutes ses pratiques : slow food, tourisme fluvial, urbain ou culturel, randos, vélo... Les Néerlandais se tournent plus nettement vers un tourisme écoresponsable proche de la nature, des grands espaces, dans le respect des habitants.

Format

Objectifs

- Consacrer la France comme LA destination pour les amateurs de lenteur et du respect de l'environnement
- Donner l'envie de découvrir nos territoires et/ou d'y revenir
- Déclencher un acte d'achat de séjours

Partenaires

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels ou privés avec une offre tourisme durable et slow

Format de l'opération :

Campagne multimedia avec package numérique social media / display video
Print (si souhaité) : publiédactionnel magazine affinitaire (Bergen, FietsActief, Roots, Happinez...)

Indicateur de performance :

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

Presse Magazine : lectorat et tirage

Media / Support :

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

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

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