

Campagne FRANÇA on the road

PRESTATION

ACTIVITÉS OUTDOOR

BIEN ÊTRE

CAMPAGNE

CULTURE & PATRIMOINE

GASTRONOMIE

SLOW TOURISME

TOURISME DURABLE

VÉLOTOURISME

VILLE

BRÉSIL

Type de rendez-vous :

Campagnes

Marchés d'intervention :

Brésil

Cibles :

Grand public international Médias internationaux Professionnels internationaux

A partir du

15 avril 2025

Tarif sur devis

Campagne digitale sur la thématique du tourisme durable visant à promouvoir les offres durables et de qualité, adaptées aux attentes des voyageurs, sensibiliser les voyageurs vers la transition écologique, inspirer et susciter l'envie de voyager en voiture, en liberté, pour des destinations et des itinéraires moins connus en France. Une expérience de voyage filmée pour la création de contenu en France aura lieu en amont..

Pourquoi participer

- Présenter la diversité de l'offre française sur la thématique du tourisme durable auprès de la clientèle sud-américaine
- Augmenter la notoriété des destinations et des produits durables
- Promouvoir la facilité de visiter la France, en toute sécurité

Description

Pas de session prévu pour le moment.

Format de l'opération

La campagne sera précédée d'un voyage du créateur de contenu vers la destination, afin qu'il puisse vivre une expérience immersive complète sur le thème du tourisme durable.

Le contenu produit fera ensuite partie d'un plan média pour la campagne, promouvant les partenaires, les produits et les territoires impliqués.

Supports médias Atout France :

- Site France.fr : landing page et diaporama dans la home page
- posts Facebook GP (577.779 fans - Oct/2024)
- E-newsletters PRO e PRESSE
- 1 Communiqué de presse
- 1 publi-rédactionnel print sur un quotidiens ou magazine brésilienne

Indicateurs de performance

1. Trafic du site Web :

- Nombre de visiteurs uniques sur la landing page de la campagne hébergée sur France.fr en portugais

2. Engagement sur les réseaux sociaux :

- Nombre d'interactions (likes, partages et commentaires) sur les publications
- Croissance du nombre d'abonnés/followers
- Taux d'engagement global

3. Suivi du trafic en provenance des moteurs de recherche :

- Classement dans les résultats de recherche (positions clés)
- Trafic organique généré

4. Analyse du contenu :

- Performance des articles, des vidéos et des autres contenus créés

5. Analyse des campagnes publicitaires :

- Performances des annonces (coût par clic, taux de conversion)

6. Évaluation des relations publiques :

- Nombre de couvertures médiatiques et articles écrits sur la campagne
- CVP
- Mesure de l'impact médiatique (audience atteinte)

Partenaires

Profil des partenaires ciblés

Institutionnels et privés

Visibilité partenaire

Ecosystème France.fr / Communiqué de presse

Contact(s)

Izabèle PESINATO - Adjointe à la directrice

- [+55 11 3372 5506](tel:+551133725506)
- izabele.pesinato@atout-france.fr