# Japon - Voyage en train : Accueil médias

JAPON SLOW TOURISME TOURISME DURABLE

**Type de rendez-vous :** Rencontres médias
**Marchés d'intervention :** Japon
**Cibles :** Grand public international, Médias internationaux

## Tarif sur devis

Les touristes japonais individuels sont peu motorisées pendant leur voyage en France, et ils optent pour les trains comme moyen de transfert préféré. Avec l'engouement du "slow tourisme", le voyage en train donne plus de sens aux voyageurs japonais : des paysages vus par la fenêtre, des échanges avec d'autres passagers et l'expérience d'être à bord sur des voitures modernes ou traditionnelles françaises.

## Pourquoi participer

- Générer des retombées de presse
- Proposer un itinéraire de voyage en train
- Effet induit : promouvoir le slow tourism

Les médias proposant le voyage en train en France ne sont pas nombreux, c'est donc l'occasion de lancer un accueil de presse sur ce thème !?

## Format

Début
01/03/2025
Fin
31/07/2025
Lieu
France
Format de l'opération

1. **Atout France sélectionne 3 médias**
2. **Chaque rédaction enverra une équipe éditoriale** avec un total maximum de 5 pax (3 journalistes, 2 photographes et un accompagnant-interprète Atout France) ?
3. **L'équipe parcourra** la plus belle partie de **l'itinéraire cyclable** choisi par la destination-partenaire (3 nuits environ par destination)?
4. **Production d'un article** au retour

Indicateurs de performance

La Contre-Valeur Publicitaire
Média / support
Ryoko Yomiuri, Pen, Casa Brutus, Crea Traveller, Asahi Digital etc.

## Conditions

**Date limite d'inscription :** mars 2024

**Coût estimatif***

| 1 Média (2 pax) : | 2 Médias (5 pax) : | 3 Médias (6 pax) : |
|---|---|---|
| 650 000 JPY HT | 1 500 000 JPY HT | 1 700 000 JPY HT |

**Hors frais d'accueil (hébergement, transports, repas)*
**Hors négociations** éventuelles sur les transports internationaux (billets d'avion ici inclus par défaut)*
*** La prise en charge totale ou partielle des vols peut être obtenue dans le cadre d'une négociation avec Air France (seulement si le magazine intègre une publicité d'Air France, si le thème correspond à son positionnement et si des places sont disponibles.) ?*

## Cibles du rendez-vous

Nombre de participants attendus
Entre 2 et 6
Profil des participants ciblés
Presse professionnelle, presse lifestyle et de tourisme

## Partenaires

Profil des partenaires ciblés
Destinations (et leurs partenaires hébergement, transferts, etc.)
Nombre de partenaires souhaités
1 à 2
Visibilité des partenaires
Article de 4 pages minimum par destination et par média

## Contact(s)

Mayumi MASUDA
- mayumi.masuda@atout-france.fr