

Qui a dit que la promotion d'une destination ne passait que par les recommandations de parents et amis? Certes, celles-ci sont importantes, mais ne sont pas exclusifs en terme de facteurs d'influence.

Une [étude récente de TravelSat](#) a démontré que 40 millions de touristes ont choisi leur destination l'année dernière en fonction d'un film qu'ils auraient vu. Qui plus est, les voyageurs provenant du BRIC (marchés émergents du Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud) sont très sensibles à ce genre de communication via les films.

Bref, il s'agit d'un excellent moyen d'aller chercher des clients potentiels!

[en savoir plus](#)

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Marketing de destination Les films un important vecteur d'inspiration de choix de destination pour les voyageurs](#)