

COMPTE-RENDU

TOURNEE MEDIATIQUE 2009

EN ALLEMAGNE, AUTRICHE ET SUISSE

Participants

Pour Bourgogne Tourisme :

Claude GUINCHARD, Chef du Département Presse-Editions

Autres participants :

En semaine 1 : **8 CRT** (Bourgogne, Centre/Val de Loire, Champagne-Ardenne, Corse, Lorraine, Pays de Loire, Poitou-Charentes, Rhône-Alpes), **+ 4 antennes Presse** (Alsace, Nord Pas de Calais/Picardie, Normandie, P.A.C.A.).

En semaine 2 : **8 CRT** (Bourgogne, Bretagne, Champagne-Ardenne, Languedoc-Roussillon, Lorraine, Midi-Pyrénées, Poitou-Charentes, Rhône-Alpes), **+ 6 antennes Presse** (Alsace, Centre-Val de Loire/Pays de Loire, Nord-Pas de Calais/Picardie, Normandie, P.A.C.A., Ile de la Réunion), **+ 1 Club de MDLF** (Club Monuments).

Introduction

Pour la 2^{ème} année consécutive, Bourgogne Tourisme a participé à la tournée médiatique organisée par Maison de la France en Allemagne, Autriche et Suisse. Cette tournée proposait **10 workshops Presse** dans 8 villes, aux dates ci-après :

Semaine 1 :

Lu. 08 février : COLOGNE

Ma. 09 février : BERLIN

Me. 10 février : VIENNE

Je. 11 février : MUNICH (1 workshop le matin + 1 workshop le soir)

Bourgogne Tourisme

5, avenue Garibaldi - BP 20623 - F-21006 Dijon cedex

Tél : + 33(0)3 80 280 280 - Fax : + 33 (0)3 80 280 300

www.bourgogne-tourisme.com

Semaine 2 :

Lu. 15 février : ZURICH

Ma. 16 février : STUTTGART

Me. 17 février : FRANCFORT

Je. 18 février : HAMBOURG (1 workshop le matin + 1 workshop le soir)

1) Bilan quantitatif

Cette tournée, parfaitement organisée sur le plan logistique par Maison de la France / Francfort (et sur le plan local par MDLF / Vienne et MDLF / Zurich) permet de toucher en 2 semaines un maximum de représentants des différents médias des pays germanophones.

Le bilan quantitatif de la tournée est jugé très satisfaisant puisque, au total, **364 journalistes** (soit 24 de plus que l'an dernier) ont assisté aux présentations des régions participantes et aux workshops qui ont suivi, répartis comme suit : 43 journalistes à Cologne, 51 à Berlin, 38 à Vienne, 77 à Munich, 47 à Zurich, 23 à Stuttgart, 34 à Francfort, et 51 à Hambourg.

Bourgogne Tourisme pour sa part a réalisé **102 entretiens individuels** (soit 14 de plus qu'en 2008) au cours de la tournée, dont 50 en 1^{ère} semaine (11 à Cologne, 12 à Berlin, 5 à Vienne, 22 à Munich), et 52 en 2^{ème} semaine (10 à Zurich, 10 à Stuttgart, 10 à Francfort et 22 à Hambourg).

2) Bilan qualitatif

D'une manière générale, on a pu observer un intérêt certain des médias germanophones pour les principaux thèmes présentés par la Bourgogne dans le dossier de presse réalisé pour cette tournée : découverte de la Route des Vins de Bourgogne, tourisme fluvial, cyclo-tourisme, exposition « La leçon de Matisse » à Dijon, et annonce du 1100^{ème} anniversaire en 2010 de la fondation de l'abbaye de Cluny.

Bourgogne Tourisme

5, avenue Garibaldi - BP 20623 - F-21006 Dijon cedex

Tél : + 33(0)3 80 280 280 - Fax : + 33 (0)3 80 280 300

www.bourgogne-tourisme.com

La motivation culturelle semble encore très présente dans de nombreux médias, tout comme l'intérêt pour tout ce qui touche à la gastronomie et aux produits du terroir. On note par ailleurs, dans chacun des 3 pays visités, de nombreuses demandes sur le golf, la remise en forme et le bien-être.

Les nombreuses demandes d'informations complémentaires ont été traitées dans les jours qui ont suivi la fin de la tournée. (A noter que le fait de proposer sur des clés USB le dossier de presse et tous les visuels qui l'illustrent permet d'éviter de nombreuses demandes supplémentaires de photos).

De nombreux projets ont été évoqués dans le cadre des entretiens individuels, parmi lesquels plusieurs accueils (dont un avec le magazine de Citroën en Autriche), la réalisation d'un film promotionnel sur le tourisme fluvial en Bourgogne (en partenariat avec la Société de location de bateaux Nicols), la mise à jour de plusieurs guides touristiques en Allemagne (Dumont, Merian entre autres), ainsi que des projets de réalisation de nouveaux guides thématiques (Tourisme fluvial, spiritualité et pèlerinages).

Signalons par ailleurs que la nouvelle identité visuelle de Bourgogne Tourisme et sa nouvelle brochure de séduction en langue allemande ont reçu un accueil très favorable de la part des journalistes.

En conclusion, un bilan très positif pour un coût somme toute raisonnable (12 260 Euros au total), et une opération à poursuivre en 2010.

26.02.2009

Claude GUINCHARD

Chef du Département Presse-Editions