

## 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

# COMPTE-RENDU TOURNEE MEDIATIQUE 2010 EN ALLEMAGNE, SUISSE ET AUTRICHE

Bourgogne Tourisme, représenté par Claude GUINCHARD, Chef de son Département Presse-Editions, a de nouveau participé, du 8 au 17 février 2010, à la tournée médiatique organisée par Atout France en Allemagne, Autriche et Suisse. Cette tournée proposait cette année 7 étapes dans les villes ci-après :

### Semaine 1 :

Lu. 08 février : MUNICH  
Ma. 09 février : FRANCFORT  
Me. 10 février : COLOGNE  
Je. 11 février : ZURICH

### Semaine 2 :

Lu. 15 février : VIENNE  
Ma. 16 février : BERLIN  
Me. 17 février : HAMBOURG

## Participants

*En semaine 1 :* **12 CRT** (Auvergne, Bourgogne, Bretagne, Champagne-Ardenne, Corse, Franche-Comté, Languedoc-Roussillon, Limousin, Lorraine, Midi-Pyrénées, Pays de Loire, P.A.C.A.), **1 CDT** (Ardèche) + **3 antennes Presse** (Alsace, Nord-Pas de Calais/Picardie, Normandie).

*En semaine 2 :* **6 CRT** (Bourgogne, Bretagne, Lorraine, P.A.C.A., Poitou-Charentes, Rhône-Alpes), + **4 antennes Presse** (Alsace, Centre-Pays de Loire, Normandie, Ile de la Réunion).

## 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

### Bilan quantitatif

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

Le bilan quantitatif de la tournée est globalement satisfaisant puisque, au total, **environ 300 journalistes** (soit un peu moins que sur la tournée 2009 qui comptait toutefois une étape supplémentaire à Stuttgart et 2 workshops à Munich et Hambourg) ont assisté aux présentations des régions participantes et aux workshops qui ont suivi, répartis comme suit : 63 journalistes à Munich, 41 à Francfort, 39 à Cologne, 32 à Zurich, 22 à Vienne, 50 à Berlin, et 50 à Hambourg.

Bourgogne Tourisme pour sa part a réalisé **94 entretiens individuels** (soit une moyenne de 13 par workshop) au cours de la tournée, dont 54 en 1<sup>ère</sup> semaine (15 à Munich, 13 à Francfort, 13 à Cologne, 13 à Zurich), et 40 en 2<sup>ème</sup> semaine (9 à Vienne, 15 à Berlin, et 16 à Hambourg).

### Bilan qualitatif

Cette année, la Bourgogne avait décidé de mettre en avant 4 thèmes principaux :

- « *Cluny 2010* » et la valorisation du patrimoine roman de la Bourgogne.
- De belles suggestions d'étapes en Bourgogne sur la route du Sud.
- Les produits régionaux et les marchés.
- Le chantier médiéval de Guédelon.

L'intérêt pour la culture reste intact, surtout en Allemagne, et « Cluny 2010 » a vraiment retenu l'attention des journalistes qui ont par ailleurs beaucoup apprécié le nouveau dossier de presse thématique « *La Bourgogne, terre d'excellence de l'art roman* ».

L'idée d'étape en Bourgogne a été souvent jugée intéressante.

## **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

Les deux sujets qui ont suscité le maximum d'intérêt (et de questions) sont toutefois les produits régionaux, surtout lorsque leur fabrication est liée à une tradition familiale et donc à l'aspect humain que l'on retrouve par ailleurs sur les marchés, et surtout le chantier médiéval de Guédelon qui, par son côté unique, insolite et un peu fou, a incontestablement obtenu, pour la Bourgogne, la palme du sujet le plus intéressant dans toutes les étapes de la tournée.

On note par ailleurs de nombreuses demandes concernant les nouveautés en matière d'hébergements et de bien-être.

### **Suivi de la tournée médiatique et évolution de l'opération**

Presque toutes les demandes d'informations complémentaires ou d'envois de documentations spécifiques ont été traitées dans les jours qui ont suivi la fin de la tournée médiatique. Il faut souligner que le fait de remettre aux journalistes des clés USB contenant les textes et surtout les photos des dossiers de presse est très apprécié par les journalistes et nous permet par ailleurs de gagner un temps considérable dans le suivi de l'opération.

Cette tournée a permis de revoir un certain nombre de journalistes rencontrés sur la tournée 2009, qui ont entre temps été accueillis en Bourgogne et qui ont ensuite produit des reportages intéressants sur notre région et même la parution d'un guide régional Bourgogne aux Editions Dumont.

Certains projets devraient se concrétiser en 2010 :

Compte tenu de l'intérêt rencontré par le sujet, le chantier médiéval de Guédelon devrait faire l'objet d'un accueil groupe sur le marché allemand, a priori à l'automne.

« Cluny 2010 » fera l'objet d'un reportage TV sur la chaîne « Deutsche Welle » et d'un ou plusieurs accueils individuels.

Le magazine gastronomique suisse alémanique « La Tavola » réalisera pour sa part un reportage sur Dijon, la Route des Vins et les produits régionaux.

## **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](http://www.bourgogne-tourisme.com)

Plusieurs autres projets d'accueils individuels sur différents thèmes sont par ailleurs à l'étude.

D'une manière générale, on constate que, comme dans la plupart des autres pays européens, la presse des pays germanophones a de plus en plus recours à des pigistes et que les journalistes disposent de moins en moins de temps. On observe aussi la montée en puissance des média électroniques et l'importance croissante des réseaux sociaux dans l'information des voyageurs potentiels. Ces 2 derniers points doivent impérativement nous amener à réfléchir dès maintenant à de nouvelles formes de communication et à intégrer cette réflexion dans la manière de concevoir et d'organiser les prochains workshops Presse.

25.02.2010

Claude GUINCHARD,

Chef du Département Presse-Editions