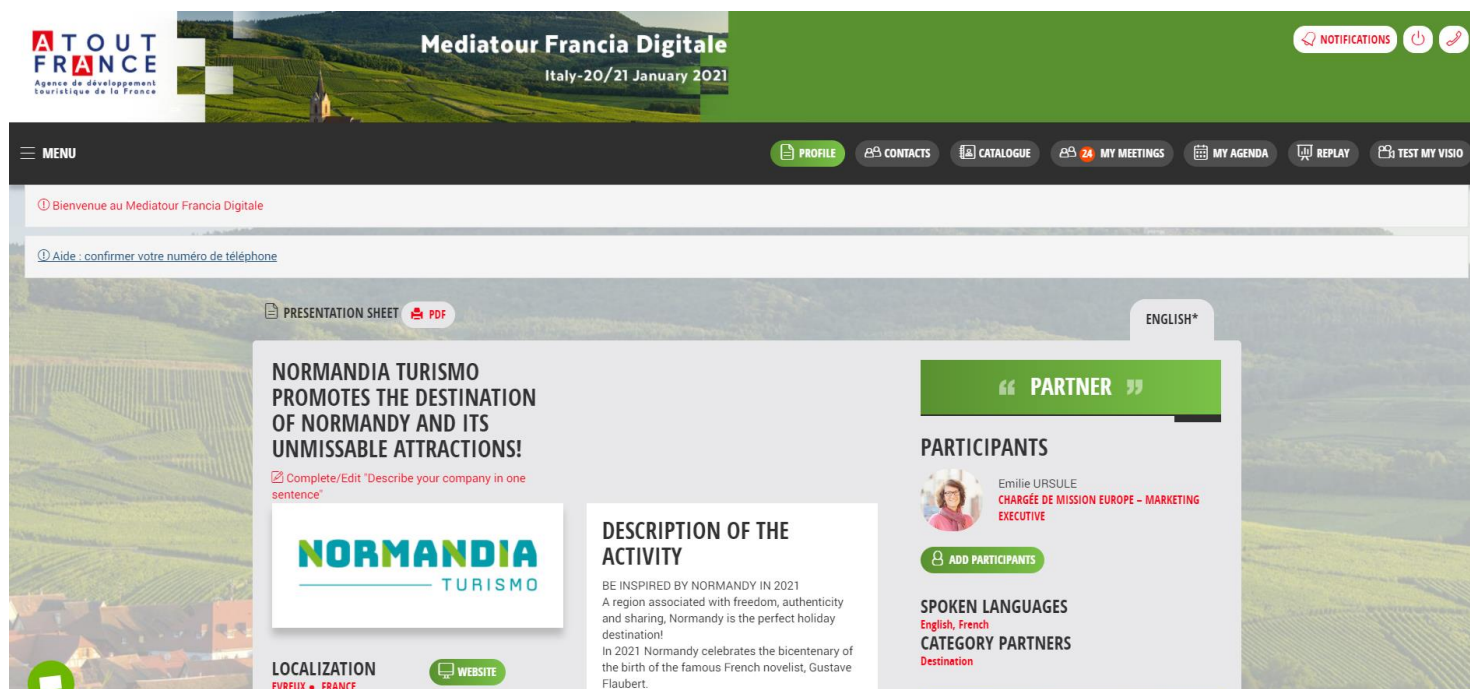


Rapport Mediatour virtuel – Italie

Mercredi 20 et jeudi 21 janvier 2021



The screenshot shows the 'Mediatour Francia Digitale' interface for the dates 'Italy - 20/21 January 2021'. The header includes the 'ATOUT FRANCE' logo and navigation icons for PROFILE, CONTACTS, CATALOGUE, MY MEETINGS, MY AGENDA, REPLAY, and TEST MY VISIO. The main content area features a presentation sheet for 'NORMANDIA TURISMO' with the headline 'NORMANDIA TURISMO PROMOTES THE DESTINATION OF NORMANDY AND ITS UNMISSABLE ATTRACTIONS!'. It includes a 'DESCRIPTION OF THE ACTIVITY' section, a 'PARTICIPANTS' list with Emilie URSULE, and 'CATEGORY PARTNERS' like Destination. A 'LOCALIZATION' section indicates 'EVREUX • FRANCE'.

Informations générales

Dans le contexte de pandémie actuelle, le bureau d'Atout France Italie a souhaité organiser le Médiatour sous un format virtuel, sur la plateforme Vimeet.

Afin de maintenir les relations avec la presse italienne, et poursuivre les projets de reportage engagés en 2020, n'ayant pu aboutir en raison de la situation sanitaire et des restrictions de voyage, Normandie Tourisme a souhaité participer à ce Médiatour virtuel.

La destination normande était représentée par Emilie Ursule, Chargée de Mission Europe au sein du Comité Régional de Tourisme, ainsi que par Le Havre-Étretat Normandie Tourisme, représenté par Éric Baudet, Responsable Communication.

Programme

Mercredi 20 janvier 2021

- 9 :15 – 10 :15 : Accueil par Atout France des partenaires français et présentation du marché italien.
- 10 :30 – 11 :00 : Accueil par Atout France des journalistes italiens.
- 11 :00 – 13 :00 : Rendez-vous individuels avec les journalistes italiens, chaque demi-heure.
- 13 :00 -14 :00 : Pause déjeuner.
- 14 :10 – 14 :20 : Conférence Flash Média sur les nouveaux intérêts des media italiens.
- 14 :30 – 19 :00 : Rendez-vous individuels avec les journalistes italiens, chaque demi-heure.
- 19 :05 – 19 :15 : Clôture du workshop par Atout France.

Jeudi 21 janvier 2021

9 :30 – 10 :15 : Accueil par Atout France des partenaires français.

10 :15 – 10 :30 : Accueil par Atout France des journalistes italiens.

10 :30 – 13 :00 : Rendez-vous individuels avec les journalistes italiens, chaque demi-heure.

13 :00 -14 :00 : Pause déjeuner.

14 :10 – 14 :20 : Conférence Flash Média sur les évolutions des media italiens.

14 :30 – 18 :30 : Rendez-vous individuels avec les journalistes italiens, chaque demi-heure.

18 :35 – 18 :45 : Clôture du workshop par Atout France.

Objectifs

- Maintenir et développer les relations avec la presse italienne
- Présenter la destination, les événements et les nouveautés 2021 aux journalistes
- Positionner la Normandie sur ses nouvelles valeurs auprès de la presse italienne
- Générer des retombées presse pour 2021 /2022

Fréquentation

163 journalistes présents sur la plateforme

1.360 Rendez-vous et 31 Partenaires.

Au total, nous avons rencontré **26** journalistes et influenceurs. Grâce à un système de rendez-vous préprogrammés, nous avons pu sélectionner les media selon les intérêts de la Normandie, et ainsi dédier les 26 créneaux de rendez-vous aux journalistes les plus intéressants pour notre destination.

Les thématiques ayant suscité le plus d'intérêt parmi les journalistes concernaient le **bicentenaire de Gustave Flaubert**, la **gastronomie**, les **itinéraires** et les **Expériences Normandes**. En deuxième lieu, les nouveautés (Les Franciscaines et la Villa du Temps Retrouvé), le littoral (Côte d'Albâtre, MSM) et la mode (Coco Chanel, Christian Dior...) ont été des thématiques appréciées par la presse italienne.

Deux retombées presse de la Stampa ont déjà été publiées : un article sur Flaubert, un article sur le cidre normand.

Conclusion

Cette nouvelle participation de la Normandie au Médiatour italien s'est avérée très efficace. Le format virtuel a permis de cibler davantage les media intéressants pour la région.

Bien entendu, le contexte de pandémie mondiale n'est pas à négliger, et altère les possibilités de planification de voyages de presse. Néanmoins, les journalistes italiens sont plus que jamais à la recherche de nouveaux sujets pour des reportages autour de l'art de vivre, du voyage hors des sentiers battus et du tourisme durable.

La présence de la Normandie sur cette opération a suscité l'intérêt de journalistes et de media d'envergure nationale, ce qui laisse présager de belles retombées pour notre destination sur le marché italien en 2021 et 2022.