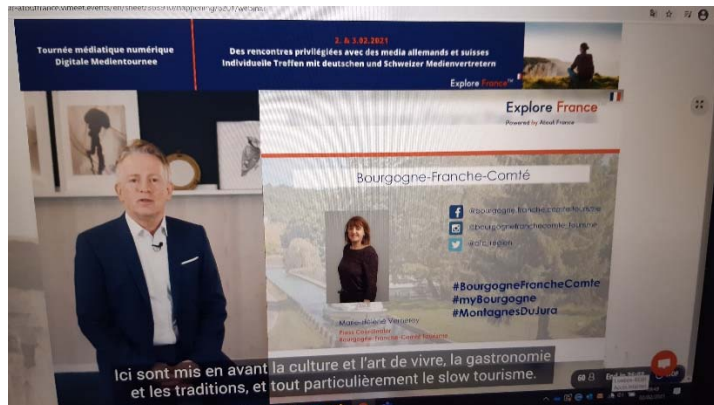


Tournée médiatique avec Atout-France 2 et 3 février 2021 Suisse et Allemagne



Marie-Hélène Vernerey- 26/03/2021

LA SUISSE

Le contexte du workshop

Atout France **Allemagne** et **Suisse** ont organisé conjointement la Tournée Médiatique en version virtuelle pour cette édition 2021. Cette action a pour but de rencontrer les journalistes, rédacteurs de la presse écrite (quotidiens et magazines, guides), freelance, photographes, blogueurs, influenceurs, podcasteurs et de leur présenter les nouveautés et points forts des 22 destinations françaises inscrites.

La thématique principale qui sert de fil rouge pour cette édition correspond à la tendance actuelle : Durabilité et « zéro waste » et ouvre sur le slow tourisme, le cyclotourisme, la randonnée, l'oenotourisme, la culture, l'art de vivre et la gastronomie.

Le point fort de ce format digital : il permet de couvrir l'ensemble des deux pays en y intégrant les villes moyennes jusqu'ici trop peu démarchées.

La conjoncture économique de la Suisse

*Population de la Suisse : 8,6 Millions d'habitants (22% de Francophones, 70 % de germanophones/romanches et 8% de suisses italiens)

*PIB : élevé avec 49 350 €/habitant, soit le 10^{ème} pays au monde

Place de la France pour le marché Suisse en matière de tourisme – En 2019

*3^{ème} marché pour la France en matière de recette touristique

*4^{ème} marché en terme d'arrivées

*5ème en terme d'hébergement

* Durée séjour 5,5 nuits

* 600 kms de frontières avec la France

Crise sanitaire et impact

Tout comme pour les allemands, la 2^{ème} crise sanitaire en Suisse est plus importante avec 109 cas pour 100 000/ personnes mais ce chiffre est actuellement en baisse.

Bonne organisation pour les vaccinations avec 4 laboratoires donc pas de rupture de stock estimée.

Médias : Pas d'effondrement de gros médias mais une réorganisation et une réduction de la voilure - les 2 principaux groupes presse sont Tamedia et Admeira.

Transports : baisse de 80 % des capacités aériennes entre France et Suisse et baisse de 70 % des trains Lyria mais une reprise est constatée.

Distribution : Plutôt à l'arrêt, pas de promotion mais des échanges réguliers avec Atout France-Aide de l'état de 60 milliards de francs Suisses dont 2,5 milliards de francs Suisses pour tourisme.

Réorganisation et fusion de marques d'opérateurs avec 60 % de licenciements (rappel : les 2 principaux opérateurs sont frantour, hotelplan).

Exemples au 10/03/21

- Travelhouse disparaît en Suisse romande et devient « Tourisme pour tous », filiale du groupe Hotelplan
- Hotelplan Suisse abandonne Globus Voyages dès le 1er février
- STA Travel a mis la clé sous la porte

Le dossier de presse :

Il a été réalisé à l'aide de 3 thématiques par partenaire présent. Le CRT a quant à lui communiqué sur 3 thématique phares, à savoir : **#slow tourisme** avec le Tourisme Fluvial pour les 3 marques, **#gastronomie** avec l'ouverture de la maison du comté et le label Vélo&fromage (dans l'Yonne) pour les marques Montagnes du Jura et Bourgogne, et **#durabilité** avec le projet des jardins compléter le cercle de la Saline Royale d'Arc et Senans et les cabanes Coucoo Les Grands reflets pour respectivement les marques Montagnes du Jura et Vosges du Sud.

Déroulé du workshop virtuel :

La rencontre a débuté par une présentation de chacun des 22 partenaires français réalisée par un animateur. Les 3 thématiques phares évoquées précédemment ont été mise en avant.

S'en est suivi le workshop virtuel sous forme de rencontres individuelles et d'échanges. L'objectif de ce workshop est double : fidéliser et apporter de nouvelles thématiques aux journalistes que nous connaissons déjà et rencontrer de nouveaux journalistes. La région

Bourgogne-Franche-Comté à travers ses 3 marques de destinations a le vent en poupe pour sa proximité avec l'Allemagne et la Suisse et pour ses grands espaces, loin du tourisme de masse.



#SlowTourism



#gastronomie

La plateforme de visio-conférence, le déroulé des RV :

C'est sur la plateforme Vimeet qui a été utilisée pour cet évènement. La 1^{ère} phase est celle des inscriptions des partenaires sur la plateforme avec possibilité de mettre nos dossiers de presse, des vidéos et photos. La 2^{ème} phase est celle de l'inscription des journalistes et la 3^{ème} phase celle où les attachés de presse sollicitent les rendez-vous de 15 minutes auprès des journalistes de leur choix.

Le CRT a pour sa part, échangé avec **7 journalistes suisses** de la PQR, PQN, des magazines, de la radio avec une part assez importante de journalistes freelance.

Le suivi presse (envoi du dossier de presse et d'informations plus ciblées) a été réalisé à la suite de ces échanges afin de maintenir l'intérêt des journalistes sur notre destination. Des accueils presse pourraient voir le jour rapidement, dès que le contexte le permettra.

Des communiqués de presse et brèves sont également prévus sur des thématiques ciblées en fonction des demandes de la presse lors des rendez-vous.

GERALDINE FRIEDRICH MEDIA A, CH, D AND LUXEMBOURG		“ MEDIA
JOURNALIST(S) Geraldine Friedrich	DESCRIPTION OF THE ACTIVITY Focus on Family Travel, Nature, Food, Culture Bad. Zeitung (D) (130000 cp) BNN (D) (110000) Badisches Tagblatt (D) (20000) FM (D) (25000) FNZ (D) (100000) "Alles Wochenende" (over 1 Mio) Vivantly (D) (50000) CH-Media (200000) Art + Reise Sonntagszeitung (CH) 250000 Die Presse (A) 760000 Salzburger N. (A) (823000) Luxemburg Wort (65000)	PARTICIPANTS GF JOURNALIST, FREELANCE MEETING PLANNED
LOCATION 79594 • INZLINGEN • GERMANY	WEBSITE	

Les tendances 2021 :

J'ai remarqué un net intérêt pour le Tourisme fluvial auprès des Suisses, les hébergements haut de gamme avec Spa /wellness/frutithérapie et les hébergements insolites tels que les cabanes dans les arbres/sur l'eau, le glamping, les tiny houses. Les activités de pleine nature en règle générale, les nouveaux itinéraires vélo et les best of (Jurassic Vélo Tour, GTJ, GTM, Voie des Vignes, Voie Bleue Moselle-Saône) et la randonnée pédestre mais dans une moindre mesure, les city break dans des petites villes (Auxerre, Joigny,

Montbéliard, Belfort, Nevers...), les sites Unesco avec notamment l'histoire du sel, la gastronomie (notamment Moutarde, Truffes de B, Pain épice, anis de Flavigny, Comté) avec zoom sur la Cité de la Gastronomie et des Vins de Dijon (déc 2021), l'Absinthe, l'anniversaire de Pasteur fin 2022 en avant-première , les sites patrimoniaux dont UNESCO et bien sûr tout ce qui touche à l'œnotourisme en B et dans les MDJ.

Conclusion :

Ce workshop a démontré l'importance de continuer à garder le contact avec nos voisins suisses qui ont d'ailleurs répondu présents et qui sont en recherche de thématique à pouvoir exploiter dès que la situation s'améliorera.

Les journalistes sont prêts à venir découvrir ou redécouvrir notre destination.

Celle-ci a indéniablement une carte à jouer grâce à sa proximité, ses grands espaces propices aux activités de loisirs nature très recherchées, l'importance de ses voies navigables pour le tourisme fluvial (qui a particulièrement retenu l'attention) et ses villes de tailles moyennes et petites.

Pour tout complément d'information : **Contact :** mh.vernerey@bfctourisme.com