

TOURMAG - DISPOSITIF ONLINE

JANVIER A NOVEMBRE 2021

Le partenariat média avec le magazine online « TourMag » s'est déroulé sur 10 mois, à raison d'une semaine par mois. Celui-ci s'est décliné de la manière suivante :

- *une présence dans l'annuaire #partezenfrance
- *une parution dans la newsletter rubrique #partezen France
- *une parution sur la page d'accueil du site de TourMag rubrique #partezenfrance
- *une parution dans la newsletter de #partezenfrance
- *une parution sur l'application de TourMag rubrique #partezenfrance.

En chiffres : le site internet #partezenfrance représente 1 000 000 de pages consultées/845 651 visites), le site internet de TourMag , 11 000 000 visites par an /35 000 000 pages vues par an), la newsletter #partezenfrance touche 27 000 abonnés/150 000 ouvertures/80 000 clics/500 Articles publiés) et dans celle de TourMag, 30 000 abonnés/14 000 ouvreurs / newsletter

Les objectifs du dispositif ont été les suivants :

- ⇒ La mise en avant des 3 marques de Destinations DBB / MDJ / MDV et de leur offre
- ⇒ la mise en avant de l'offre packagée de BFC avec pour but de proposer des expériences dans notre région
- ⇒ Un soutien aux agences de voyages réceptives de La Bourgogne, Montagnes du Jura et Vosges du Sud pour les aider à diversifier leur programmation et à valoriser leur offre. Ainsi chacune des 19 agences réceptives ayant participé au dispositif a été mise en avant par le biais d'une fiche informative en ligne sur #partezenfrance tout au long du dispositif ; les agences ont également été valorisées au travers des articles parus sur #partezenfrance en fonction de la marque de destination auxquelles les agences appartiennent.
- ⇒ Renforcer notre promotion sur le marché France

Bilan pour les 3 marques :



12 mois

Pages

19 094 821

Visites

15 772 217

12 mois

Pages Vues

1 722 739

Visites

1 529 181

Bilan par marque

La Bourgogne

⇒ 4 articles ont été mis en avant pour la marque La Bourgogne

« Comme un air de printemps en Bourgogne », « l'Itinérance en Bourgogne », « l'Automne C'est la Bourgogne », « Cap sur la Bourgogne d'Est en Ouest » ; le temps de lecture le plus important a été de 7min et 25 s pour l'Automne c'est la Bourgogne suivi de l'article sur les city-break Cap sur la Bourgogne d'Est en Ouest avec un temps de lecture de 4 min.

Les Montagnes du Jura

⇒ 4 articles ont été mis en avant pour la marque Montagnes du Jura

3 articles sur les activités de loisirs nature été et hiver « Montagnes du Jura, Tout un monde dehors » et un article sur les escapades urbaines « 8 idées d'escapades urbaines dans les Montagnes du Jura » ; ce dernier a connu un temps de lecture important de 12 min et 52 s.

Les Vosges du Sud

⇒ 2 articles ont été mis en avant pour la marque Vosges du Sud

« Escapades buissonnières dans les Vosges du Sud », sur les activités loisirs nature et « Escapades dans les Vosges du Sud » sur les city-break ; là encore c'est l'article sur les city-break qui a remporté le temps de lecture le plus important avec 5 min et 43 min s contre 1 min et 15 s pour l'autre article