

NANCY TOURISME MAGAZINE 9

Sortie le 11 septembre 2017

LA DOUERA - MALZEVILLE



Depuis le 1er janvier 2017, l'Office de tourisme est devenu Office de tourisme de la Métropole du Grand Nancy.

Comme le montrent les sommaires successifs des numéros précédents, ce changement d'échelle avait été anticipé par l'Office de tourisme, pour le rayonnement de toute l'agglomération, depuis plusieurs années. Ce 9ème numéro du magazine Nancy Tourisme est donc le premier réalisé sous cette nouvelle gouvernance, dans la continuité de la ligne éditoriale de ce qui devient une très belle « collection ».

QUELQUES CHIFFRES 2016-2017 : UN AMBASSADEUR GRATUIT, EFFICACE ET APPRECIÉ

50 000 exemplaires imprimés dont

- **20 000 ex.** distribués dans les établissements régionaux (OT- Hôtels- restaurants- espaces publics) à l'intention de tous publics
- **5 000 ex.** en opérations de promotion et communication : presse, salons pro et Grand Public ou envois postaux
- **25 000 ex.** distribués dans le cadre de l'activité Tourisme d'affaires – congressistes- entreprises via le Bureau des Congrès de la SAPL Grand Nancy Congrès et Evènements

OBJECTIFS ET CONTENU

En 2008, Nancy Tourisme et Evènements, alors office de Tourisme de la Ville de Nancy, décide d'éditer un magazine de prestige, baptisé NANCY TOURISME.

Dès sa création, Nancy Tourisme magazine a pour objectif :

- de promouvoir la destination (destination au sens large)
- d'être un outil pour le rayonnement et l'image du territoire
- de devenir un des magazines de référence pour le tourisme urbain (Lyon, Grenoble, Rouen, Deauville...éditent également des magazines de ce type),

Il s'agit à la fois :

- d'un outil d'information et d'accueil : disponible gratuitement dans les principaux lieux d'accueil et lieux publics de l'agglomération, chez les hôteliers restaurateurs, les organismes consulaires, les centres de santé, les grands équipements sportifs, les sites culturels et patrimoniaux,...
- d'un outil de promotion utilisé en prospection, faisant l'objet de mailings ciblés, distribué en salons, à la presse, aux tour-opérateurs, autocaristes, professionnels du tourisme de loisirs et d'affaires.

Ce magazine traite de sujets de fond et d'actualité (durée de vie moyenne 12 mois).

Rubriques habituelles

- Nancy ma ville
- Clins d'œil (actualité touristique nancéien)
- Il était une fois Nancy
- Délices et saveurs
- Mille et une nuits
- Saisons culturelles
- Au cœur des universités
- L'art et la matière
- Esprit d'initiative
- Nancy au fil des pages
- Idées tourisme
- Tendances
- Agenda
- Caractère insolite
- Informations pratiques

POURQUOI UN TEL OUTIL ?

Avec l'essor du « tourisme urbain », l'agglomération est confortée dans sa dimension de porte d'entrée des territoires pour la découverte des richesses historiques et patrimoniales d'un secteur élargi.

Une métropole telle que celle de Nancy rassemble de très nombreuses institutions autour d'un objectif commun même si leurs domaines d'activités ou d'application ou encore leurs stratégies propres diffèrent, celui d'assurer, et d'assumer la promotion du territoire qu'ils partagent.

En sa qualité d'organisme chargé de la promotion touristique et du rayonnement de ce territoire, aujourd'hui métropole, Nancy Tourisme et Evènements, à l'instar des grands offices de tourisme de France, prend une part croissante dans une stratégie globale de marketing territorial.

Parmi ses outils de communication et de promotion, ce magazine, dos carré, d'une centaine de pages, présente via des rencontres, interviews, articles de fond, thématiques ciblées,...les points forts de Nancy et sa région, unique dans le fond et la forme dans la panoplie des outils de promotion de l'agglomération.

« Si à l'ère du numérique, il ne devait rester qu'un support papier ce serait celui-ci. »

POUR QUI ?

Outil issu d'une stratégie de communication touristique, elle-même partie prenante d'une stratégie de marketing territorial plus vaste, ce magazine s'adresse à une cible de tourisme urbain, française et étrangère (les reportages comportent des encadrés en anglais), professionnelle et individuelle

- cible de tourisme de loisirs
- cibles de tourisme d'affaires (organiseurs de congrès et séminaire, prescripteurs et congressistes),
- entreprises de toutes tailles (nouveaux cadres, clients, fournisseurs)
- organisateurs d'événements, décideurs, VIP accueillis sur le territoire

Le magazine est également une mine d'information et une source de fierté pour un public régional (quel meilleur prescripteur de la destination ?), chaque année en attente de la sortie du nouveau numéro.

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES

- Nombre d'exemplaires : 35 000 ex minimum pour les 2 premiers numéros ; aujourd'hui **50 000 ex**
- Format : A4
- Quadri
- Dos carré cousu / collé
- Nombre de pages : 100 pages

- **Autofinancé à 90 % par environ 20 annonceurs dont la Métropole du Grand Nancy et la Ville de Nancy**
- **Coût de fabrication : 53 000 euros**

CONTACT PRESSE

Florence DOSSMANN

NANCY TOURISME ET EVENEMENTS

03 83 95 90 03

06 67 19 08 46

florence.dossmann@nancy-tourisme.fr

