

NANCY TOURISME MAGAZINE n°10

Sortie le 3 septembre 2018

2018-2019 : 10 ans !

Millésime pétillant



1) NANCY TOURISME MAGAZINE NUMERO 10

Nancy Tourisme a été créé il y a 10 ans comme magazine de destination ayant pour ambition de mettre en avant les atouts de la Métropole du Grand Nancy et de ses 20 communes.

Ainsi, chaque numéro fait découvrir les richesses du territoire à travers les rubriques *Patrimoine, Culture, Gastronomie, Portraits* mais aussi *Tourisme d'affaires, Excellence industrielle, Nature, etc.*

Ce numéro 10, dont le sommaire a été établi par le comité éditorial, puis validé par la Métropole, respecte l'équilibre voulu dès sa création, entre patrimoine et grandes destinées, entre sciences et arts, entre nature et bâti, entre tourisme de loisirs et d'affaires, entre richesses pérennes et nouveautés, entre territoire métropole et régions alentours.

Un tel outil demeure unique dans le paysage des supports de communication des destinations touristiques françaises.

Quelques chiffres

Tirage : 50 000 ex

Format : 100 pages / Dos carré / A4

Coût : 47 000 euros + frais de distribution sur la métropole + envoi postal (400 ex. en direction de la presse du tourisme national et international)

Gratuit : financé intégralement par ses annonceurs.

A noter page 40 du n° 10 : une page de remerciements comprenant quelques verbatim des principaux annonceurs du magazine.

Ambassadeur du territoire et cadeau pour nos invités

Cette année, par exemple et pour mémoire, le magazine sera en distribution sous la tente du Livre sur la Place mais surtout déposé dans tous les hôtels accueillant des invités du Livre sur la Place (dépôt programmé entre le 4 et le 7 septembre) qui le placeront en chambre ou le remettront lors du Check in. .

2) LE MAGAZINE EN GENERAL

SES OBJECTIFS ET SA LIGNE EDITORIALE

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).

POURQUOI UN TEL OUTIL ?

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

La métropole du Grand 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 différent, celui d'assurer, voire 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, métropole et bassin de vie, Nancy Tourisme, 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, un magazine haut de gamme d'une centaine de pages, qui 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.

POUR QUI ?

Ce magazine haut de gamme s'adresse à une clientèle de tourisme urbain française et étrangère (les reportages comportent des encadrés en anglais), au tourisme d'affaires (organisateur de congrès et séminaires), aux grandes entreprises qui accueillent de nouveaux cadres, aux organisateurs

d'événements, aux décideurs...Son but essentiel : donner envie au lecteur de (re)venir à Nancy en tant que touriste et consommateur.

Les cibles sont

- Public régional
- Cibles individuels : « touristes de loisirs », « touristes d'affaires »
- Cibles professionnels : tour-opérateurs, associations, autocaristes,...
- VIP accueillis sur le territoire / toutes professions y compris la presse française et internationale

SON CONTENU

Le rubriquage peut varier un peu selon les numéros.

- Nancy ma ville
- Clins d'œil (actualité touristique)
- Rendez-vous avec l'Histoire
- Grandes destinées
- Délices et saveurs
- Mille et une nuits
- Saisons culturelles
- De sciences en technique
- Tourisme d'Affaires
- L'art et la matière
- Au fil des pages
- Idées Tourisme
- Tendances
- Agenda
- Caractère insolite
- Informations pratiques

Depuis 2016, des articles renvoient sur des outils numériques pour des compléments d'information disponibles, par exemple, sur le blog de Nancy Tourisme.

Les articles principaux bénéficient d'une synthèse en anglais.

SA FORME

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

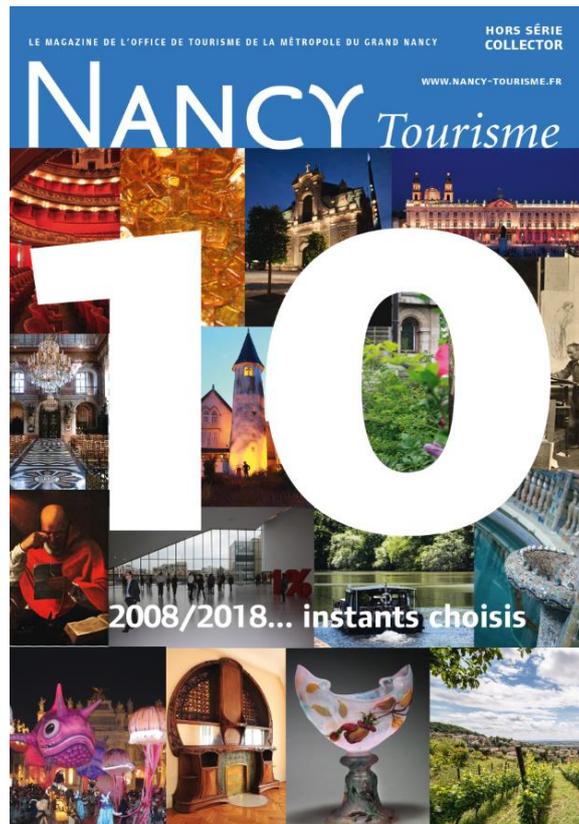
SON COUT ET SON FINANCEMENT

Avec un budget moyen compris entre 50 000 et 53 000 euros par numéro, hors frais de distribution dans et à l'extérieur de la métropole, le magazine est entièrement autofinancé par environ 25 annonceurs par numéro dont la Ville et le Grand Nancy

SA DIFFUSION

- PAR NANCY TOURISME, qui assure deux tournées de distribution par an en septembre et en mars-Avril sur environ 120 adresses de la métropole et par ses partenaires en région :
- par les acteurs du tourisme de loisirs et d'affaires, décideurs locaux, organisateurs d'événements, ambassadeurs culturels et sportifs, étudiants étrangers... pour diffusion par leurs soins sur leurs réseaux et cibles marketing. Environ 150 adresses sur l'agglomération
- par les institutions partenaires en charge de l'image du territoire et/ou acteurs du rayonnement régional (collectivités locales et territoriales, organismes consulaires, universités/grandes écoles, leaders du monde économique et culturel) ici et lors des déplacements de délégations à l'extérieur.

3) HORS SERIE COLLECTOR : LE CADEAU DES 10 ANS D'AVENTURE



COLLECTION DES NANCY TOURISME - BILAN DE 10 ANS D'ÉDITION

L'Office de tourisme a créé, avec l'agence SGO qui l'accompagne depuis 10 ans, un petit livret collector, format A5, tiré à 250 exemplaires seulement, pour les invités à la présentation du magazine N°10, pour les journalistes locaux qui ont suivi et relayé cette aventure, pour les annonceurs et les grands partenaires, et qui reprend les couvertures et les grands thèmes abordés dans ces numéros.

Ces dix numéros représentent

- 480 000 magazines gratuits
- 750 pages éditoriales
- 250 sujets traités
- plus de mille quatre cents photos (149 dans le numéro 10) et autant de photos non sélectionnées venues enrichir la photothèque de l'Office de tourisme
- 250 pages de publicité
- 500 000 euros de recettes de publicité

Ils ont été distribués sur l'agglomération ou lors de manifestations extérieures en France et à l'étranger, à des touristes, des journalistes, des professionnels

du tourisme, des particuliers (beaucoup de lorrains partant en congés, le magazine est emporté pour en faire cadeau à leurs hôtes).

Il est à la disposition de tous, dans le hall de l'Office de tourisme, place Stanislas, et remis à chaque congressiste présent à Nancy. Il est à disposition des clients dans les hôtels du territoire.

L'Office a conservé quelques numéros pour ses archives. Les numéros 1, 2, 3 et 4 sont épuisés.

La version numérique des 10 numéros est téléchargeable à partir du site internet.

La collection a été financée intégralement grâce à 250 pages de publicité, par des annonceurs locaux et régionaux, remerciés dans ce numéro anniversaire (page 40).

Un numéro compte en moyenne 25 articles et 140 photos. Outre l'équipe de rédacteurs, chaque numéro a pu voir le jour grâce à la contribution active de personnalités, de spécialistes, de passionnés, qui ont par leur connaissance du territoire, leur expertise, leur dynamisme et leur disponibilité, alimenté et enrichi le travail des journalistes.

A l'heure d'internet et des réseaux sociaux, ce magazine a réussi à se renouveler, sans oublier ses objectifs initiaux, ni dénaturer ses valeurs et sa permanence démontre l'importance de la communication papier, dans ce type de communication de prestige.

Souvenir : Le numéro 1 a été présenté le 20 novembre 2008, lors d'une réception qui s'est tenue à l'Excelsior (alors, Groupe Flo).

PRESSE

Florence DOSSMANN

NANCY TOURISME

03 83 95 90 03

06 67 19 08 46

florence.dossmann@nancy-tourisme.fr