

NANCY TOURISME MAGAZINE 8

Sortie le 5 septembre 2016



LE MAGAZINE : OBJECTIFS ET CONTENU

En 2008, Nancy Tourisme et Evènements, alors office de Tourisme de la Ville de Nancy, édite 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 (voir le document sous forme PDF + le sommaire NT8)

- 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 », 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.

Une agglomération 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, celle d'assurer, voire assumer la promotion du territoire qu'ils partagent.

En sa qualité d'organisme chargé de la promotion « touristique » et du rayonnement de ce territoire, agglomération et bassin de vie, Nancy Tourisme et Evénements, 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.

Cibles

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

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES

- 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
- **Autofinancé par environ 25 annonceurs dont la Ville et le Grand Nancy**
- **Coût de fabrication : 53 000 euros**
- pour la première fois, la plupart des articles renvoient sur des outils numériques pour des **compléments d'information disponibles, par exemple, sur le .info et le site de NTE.**

DIFFUSION par NANCY TOURISME ET EVENEMENTS et 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.

CONTACT PRESSE

Florence DOSSMANN
NANCY TOURISME ET EVENEMENTS
03 83 95 90 03
06 67 19 08 46
florence.dossmann@nancy-tourisme.fr

