

Plan d'Action 2011

01.11.2010-31.12.2011

- Antenne Normandie -

PRESSE

Tournée Médiatique d'ATOUT FRANCE

- Dates : 07.02.-17.02.2011
- Six villes allemandes + Vienne + Zürich

1ère semaine :

Villes : Zürich, Stuttgart, Francfort, Hambourg

2ème semaine :

Villes : Cologne, Berlin, Vienne, Munich



- L'objectif de la Tournée Médiatique est de rencontrer entre 30 et 60 journalistes dans différentes villes allemandes et de tirer profit d'un maximum d'entretiens individuels. Cette action est une bonne occasion de présenter des idées thématiques sélectionnées par chaque région. Cette tournée va permettre à l'Antenne Normandie d'être présente dans les villes germanophones dans le cadre d'un grand rassemblement médiatique.

Plus d'info:

Regardez Plan d'Action
2011 d'ATOUT FRANCE

Page 47

4 Accueils de presse (groupe à 4 journalistes) :

- **La Normandie et ses fromages/ Normandie: Alles Käse ?**
 - Dates : 08.05.-11.05.2011
 - Un séjour en Normandie en découvrant les fromages de la région et la gastronomie.
 - CDT concernés : Orne, Calvados
- **La Normandie méconnue / Unbekannte Normandie**
 - Dates : 08.06.-11.06.2011
 - Découverte des lieux moins connus > Alençon, Lyons-la-Forêt ...
 - CDT concernés : Eure, Orne
- **Suivez la côte !/ Immer der Küste entlang !**
 - Dates : 30.06.-04.07.2011
 - Pour le choix d'une destination « un beau paysage » et « la mer » sont parmi les 10 critères le plus importants pour les Allemands.
Source : ADAC Reisemonitor 2010
 - CDT concernés : Seine-Maritime, Calvados, La Manche
- **Promenade littéraire en Normandie / Normandie: Ein literarischer Spaziergang**
 - Dates : 26.09.-30.09.2011
 - Sur les pas des écrivains en Normandie : Marcel Proust, Gustave Flaubert, Claudie Gallay etc./ découverte des lieux mentionnés dans leurs livres
 - CDT concernés : Eure, Seine-Maritime, Calvados, La Manche
- **30^e Anniversaire du Festival « Jazz sous les pommiers »**
 - *Dates : 03.06.-05.06.2011*
 - *A l'occasion du 30^e anniversaire du Festival "Jazz sous les pommiers" le CRT évoque un accueil multi-marché.*
 - *CDT concernés : La Manche*
 - *Participants : 2 journalistes allemands*

A noter : Accueil multi-marchés & dates pas encore confirmées/AS, 09.12.10



Accueils individuels:

Sur demande. Estimation : Réalisation de 7 accueils individuels en 2011.

Idées de thématiques :

- 1.100^{ième} anniversaire de la Normandie
- Vacances en famille
(dans le cadre de la campagne « Urlaub ist Frankreich »- voir rubrique Marketing)
- Etc.

Edition et impression des Dossiers de presse

- Dossier de presse général 2011

Idées de thématiques :

- 1.100^{ième} anniversaire de la Normandie
- 30^{ième} édition du Festival « Jazz sous les pommiers »
- Renaturation de la baie du Mont-Saint-Michel
- Jeux équestres mondiaux 2014
- La côte normande
- La Normandie méconnue
- La gastronomie : les fromages normands
- Sur les traces des écrivains en Normandie
- Vacances en famille
(dans le cadre de la campagne « Urlaub ist Frankreich »- voir rubrique Marketing)
- Etc.

Site internet du CRT exclusivement réservé à la presse

- www.normandie-tourisme.fr/de
- Actualisation du site

Site internet d'ATOUT FRANCE exclusivement réservé à la presse

- www.franceguide.com/de/normandie
- Actualisation du site

Newsletter presse

- Un article par région (En 2011 > 6 Newsletters prévues)

Communiqués sur les actualités de la Normandie par Mail

- Thématiques et fréquence à voir

PRO

Eductour en coopération avec le WBO* & le TO Gruppenreisen in Frankreich

- **Dates** : 02.-06.04.2011
- **Participants** : max. 30 pax
- Dans le cadre d'un éductour, on veut présenter l'offre touristique de la Normandie.



* Fédération des autocaristes de Bade-Wurtemberg

ITB 2011

Présence de l'Antenne sur le stand du CRT Normandie

Dates : 09.-13.03.2011

- Le plus grand salon touristique professionnel du monde à la fois grand public (68.000 visiteurs) et professionnels (110.000) dont de très nombreux visiteurs internationaux. Le public berlinois est issu d'une région de 4 millions d'habitants. On peut également signaler le nombre important de connections low-cost au départ de Berlin vers Paris.



RDA 2011

Présence de l'Antenne sur le stand du CRT Normandie

Dates : 26.07.-28.07.2011

- Le RDA est le rendez-vous autocariste le plus important en Allemagne et en Europe. Ce salon est une très bonne plateforme pour faire connaître les nouveautés, proposer des offres groupes et renouveler l'image de la Normandie.

Workshop Normandie

Dates : dernière semaine d'Octobre 2011

Lieux : Stuttgart + Francfort

Nombre de participants attendus : 50 – 60 pax par ville

Type de participants : TO, autocaristes, agences de voyages, presse

Nombre de partenaires normands : 5-7 (CDT, OT, musée, hôtels, etc.)

- Décliner la destination France de manière régionale au cours d'une soirée. Enrichir avec des thématiques phares. Présenter et commercialiser les offres et produits de la Normandie. Entrer en contact avec un public de professionnels ciblés.



Plus d'info:
Regardez Plan d'Action
2011 d'ATOUT FRANCE

Page 25

Newsletter PRO du CRT pour le marché allemand

- Concept & planning à valider
- Proposition des mois en 2011:
 - Février
 - Mai
 - Septembre

Site internet du CRT exclusivement réservé aux PRO

- www.normandie-tourisme.fr/de
- Actualisation du site

e-MARKETING

Récupération d'adresses e-mail pour la Newsletter GP du CRT

- Actions à définir

Newsletter GP du CRT pour le marché allemand

- Concept & planning encore à valider
- Proposition des mois en 2011:
 - Mars
 - Juin
 - Septembre

Site internet du CRT/ version allemande

- Traductions
- Actualisation du site

MARKETING

Campagne : Welches Frankreich passt zu mir ? (Votre France)



Urlaub ist Frankreich

Objectif(s) : Décliner, de mars à début octobre une communication France s'adressant de façon ciblée au grand public. Mettre le grand public allemand au centre de la communication. Concentrer tous les moyens pour accroître la visibilité France sur un marché mature et très concurrenté.

Segment de clientèle : Familles

Date de lancement : 1^{er} mars 2011

Cible familles :

- un budget référencement de l'ordre de 30.000 €
- un ou deux accueils de presse individuels (régions encore à définir)
- une campagne dans la presse spécialisée 15.000 €
- un supplément « Eltern » rédactionnel distribué dans 2.100 cabinets de pédiatres, durant 12 semaines (140.000 exemplaires)
- une communication hôtellerie de plein air : 15.000 € (Bon voyage et coopération dethleffs)
- une ou plusieurs rubriques Enewsletter (fichier ATOUT FRANCE en Allemagne)

Analyse marketing

Période : Novembre 2010

Lieu : Francfort

Forme : Focus Groupe/ 10 personnes

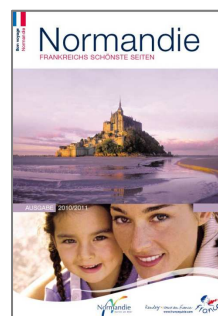
Objectif : Comprendre le comportement, les attentes et les motivations de la clientèle allemande. Thématiques à mettre en avant, comment communiquer auprès de cette clientèle, etc.



EDITIONS (GP & PRO)

Document d'appel Normandie (2012/2013)

- Concept encore à définir



Guide Groupe 2012

Traduction et adaptation pour le marché allemand.

RESERVE

- Réserve pour réagir sur des **offres ponctuelles**