

FESTIVAL ET NORMANDIE IMPRESSIONNISTE
ACTIONS DU CRT de NORMANDIE
(Au 7 mars 2010)

POUR L'ENSEMBLE DES MARCHES

Création du site Internet international du Festival, en 5 langues,
co-produit par Normandie impressionniste, Atout France et le CRT
ouvert sur www.franceguide.com
(français, anglais, allemand, flamand, japonais)
A partir du 15 janvier 2010 pour la version française et du 15 février pour les autres langues

Bouton publicitaire sur Franceguide.com
pour créer de l'audience sur le site dédié durant 4 mois (mars, avril, mai et juin)

Accueil de presse multi-marchés (hors France) pour la Presse internationale
(avec Atout France, les CDT du Calvados, de l'Eure, de la Seine-Maritime et l'OT de Rouen)
Du 5 au 9 juin 2010

Mise à disposition du progiciel de saisie des Fêtes et manifestations « Tourinsoft »
pour la création de la base de données du Festival
(avec les CDT du Calvados, de l'Eure, de la Manche, de l'Orne et de la Seine-Maritime)

FRANCE

Souscription de l'Argus de la presse
pour le suivi des retombées dans la presse française

Campagne d'automne 2009 du CRT à Paris
dans le métro, les gares et les kiosques
« En Normandie, il y a des impressions qui invitent à l'évasion »

Accueil de spécialistes du tourisme de groupes
Les 28 et 29 octobre 2009

Campagne on line 2010
pour créer du trafic vers le site dédié Franceguide.com

- Campagne on line affinitaire de mars à mai 2010 sur le site seniorplanet.fr ; insertion dans e-letter bons plans (250 000 envois prévus le 15 mai), 2 e-mailings seniorplanet dédiés (2 envois à 17 400 abonnés chacun le 13 avril et le 11 mai) , 2 e-mailings sur base louée auprès des abonnés de plus de 45 ans souhaitant recevoir des offres culture et/ou séjours et/ou week-end et résidant dans le Grand Est de la France (1 envoi prévu le 20 avril auprès de 80 000 contacts, 1 envoi orienté offres prévu le 18 mai auprès des ouvriers de l'envoi d'avril (40 000 personnes estimées).
- Campagne on-line de visibilité sur le site telerama.fr du 10 au 23 mai
- Campagne d'achats de mots clés et de liens sponsorisés sur google en avril et en mai

**Marketing direct Printemps 2010
pour la conquête de clientèles**

- Action de marketing direct auprès d'une cible senior CSP+ du Grand Est de la France, sur base louée. Mise en avant du Festival et du site dédié dans le mailing papier

**Présentation de la thématique aux journalistes français
dans le cadre des Journées presse de la FNCRT, à Paris**

**Un mois de présence du Festival
dans l'Espace Normandie sur l'aire autoroutière A13 de Vironvay
Tout le mois de juin 2010
(Partenariat Normandie impressionniste/SANEF/SAPN/CRT)**

**Guide du routard « La Normandie des impressionnistes »
Version française en librairie à partir du 15 avril 2010
incluant une page publicitaire mise à disposition du Festival
et de chacun des 7 membres fondateurs de l'association**

Le partenariat CRT/Hachette permet au Festival d'insérer son dépliant-programme dans chaque Guide et d'éditer un marque-pages diffusé par Hachette dans toutes les librairies.

**Renforcement de la présentation de la thématique impressionniste
sur le site Internet du CRT www.normandie-tourisme.fr
et mise en ligne du film sur les hauts lieux de l'impressionnisme**

GRANDE-BRETAGNE

**Traduction du Dossier de presse du festival
en vue de la Conférence de presse du festival à Paris le 22 septembre 2009**

**Group Leisure Show Birmingham
Septembre 2009**

**Relations avec la presse et avec les professionnels
conduites à travers l'antenne Normandie du CRT
c/o Atout France à Londres**

Taste of Normandy
Evénement RP et Presse organisé par l'antenne
1ère annonce du Festival et remise d'un carnet de notes à l'image du festival
22 septembre 2009 à Londres

**Tournée médiatique (Londres, Manchester, Glasgow et Dublin)
fin février-début mars 2010**

**Déjeuner de presse de l'Association britannique des tour-opérateurs programmant la France
(ABTOF)
CRT Normandie, partenaire exclusif sur le thème du festival
19 mai 2010**

Accueil de journalistes anglais
Du 5 au 9 juin 2010
(dans le cadre de l'accueil multimarchés)

Accueil de tour-opérateurs anglais
Les 28 et 29 octobre 2009

Guide du routard « La Normandie des impressionnistes »
Avril 2010
(Version anglaise hors-commerce)

Campagne Normandie du printemps 2010
portée conjointement par le CRT, Brittany Ferries et Atout France
pour créer du trafic vers le site dédié www.Franceguide.com

- **Campagne on line affinitaire**
- **Insertion, dans l'édition week-end de « The Times » du 10 avril, d'un supplément Normandie de 8 pages (600 000 exemplaires) dont 2 pages consacrées au Festival et à l'impressionnisme**
- **Mise en place d'un mini-site dédié sur le site Internet du Times (« Times on line ») durant 3 mois (avril, mai et juin)**

Couverture et encart spécial Normandie (4 pages sur l'impressionnisme)
dans le « Traveller in France »
édité par Atout France et diffusé à 72 000 exemplaires en Grande-Bretagne
Mars 2010

Insertions dans les magazines des transporteurs maritimes
Annonces dans « Brittany Ferries Voyage Magazine » et « Irish Ferries Magazine »
Printemps 2010

Insertion d'une pleine page avec un jeu concours
dans le magazine « Destination France »
permettant de gagner des séjours et des Guides du routard en anglais
Avril 2010

Renforcement de la présentation de la thématique impressionniste
sur le site Internet du CRT www.normandie-tourisme.fr
et mise en ligne du film sur les hauts lieux de l'impressionnisme

ALLEMAGNE

**Relations avec la presse et avec les professionnels
conduites à travers l'antenne Normandie du CRT
c/o Atout France à Francfort**

*Démarchage des autocaristes et des TO
depuis mai 2009
puis élaboration de produits avec les principaux grossistes
(élaboration d'une brochure Normandie avec le grossiste GTW...)*

*Premier dossier de presse en allemand
en mai 2009*

*Accueil de 4 journalistes « Sur les traces de Monet »
en juin 2009*

*Présence au salon RDA,
le plus important RV des autocaristes, du 4 au 6 août,
avec mise en avant de la thématique impressionniste*

*Publi-rédactionnel dans le magazine Bon Tour
Edition août 2009*

*Traduction du Dossier de presse du Festival
en vue de la Conférence de presse du festival à Paris le 22 septembre 2009*

*Présence à la conférence de presse du Musée de Wuppertal (exposition Monet)
en octobre 2009*

*Insertions publicitaires à l'automne 2009 dans les revues professionnelles
(le BusPlaner, Eurobus, Mein Verein)*

*Présentation du Festival durant la Tournée médiatique
8 au 17 février 2010
(Munich, Francfort, Cologne, Berlin, Hambourg)*

*Une vitrine à l'ambassade de France à Berlin
Mars-avril 2010*

*Accueil de journalistes allemands
Du 5 au 9 juin 2010
(dans le cadre de l'accueil multimarchés)*

AUTRICHE

*E-mailing dédié adressé à 35 000 amateurs d'art
Printemps 2010*

BELGIQUE

*Participation à la rencontre avec la presse « Collection France » organisée par Atout France et e-letter aux professionnels belges
Janvier 2010*

*Couverture « tête-bêche » et encart spécial de 4 pages dans le « De Morgen Magazine » du 20 mars 2010 (230 000 lecteurs dans les Flandres)
et présence on line sur les sites Internet du groupe pendant 2 mois, à partir du 15 mars, sur les sites hln.be (466 000 visiteurs uniques par jour) et demorgen.be (70 000 par jour) avec le très important groupe de presse des Flandres, le Persgroep, et Atout France*

PAYS-BAS

Publi-rédactionnel dans le magazine culturel « Tableau » du 2 avril (15 000 ex) et article et banniers pendant 3 mois sur le site Internet « Tableau » avec renvoi vers le site franceguide.com

Insertion avec renvoi vers le site franceguide.com dans l'e-magazine envoyé aux 220 000 amateurs d'art détenteurs de la carte « Museumjaarkaart ».

ETATS-UNIS

*Tournée médiatique
Printemps 2009
New-York, Boston et Washington
Incluant la réalisation d'un dossier de presse et d'un film*

*Opération Red, White & Blue
Coordonnée par Atout France et l'OT de Deauville, incluant l'accueil au Musée des Beaux-Arts de Rouen des meilleurs spécialistes américains de l'incentive, des congrès et des séminaires
9 novembre 2009*

*Tournée médiatique
8 au 11 février 2010
(New-York, Philadelphie et Washington)*

*Accueil de journalistes américains
Du 5 au 9 juin 2010
(dans le cadre de l'accueil multimarchés)*

JAPON

Renforcement de la présentation de la thématique impressionniste sur le site Internet du CRT www.normandie-tourisme.fr et mise en ligne du film sur les hauts lieux de l'impressionnisme

**Opération RP auprès de la presse et des tour-opérateurs avec l'OT de Rouen, le Musée des Beaux-Arts de Rouen et le chef Gilles Tournadre
Mai 2009 à Tokyo**
Incluant la réalisation d'un dossier de presse et d'un film

**2 éductours pour les principaux tour-opérateurs
Juin et juillet 2009**

**Voyage de presse
Juin 2009**

**Campagnes de communication Automne 2009
d'Atout France et du CRT
sur la thématique impressionniste et le Festival
2 390 affichettes durant 2 semaines sur deux des principales lignes du métro de Tokyo**

**Démarchage conduit par Atout France pour le CRT et l'OT de Rouen
Rencontre avec 30 tour-opérateurs à l'automne 2009**

Campagne de communication Printemps 2010
dans le cadre de la campagne nationale d'Atout France « La France, le Japon, si proches »
**Visuel « Monet/Ukiyoe » autour du pont japonais de Giverny ;
mise en avant de l'exposition de Rouen ; renvoi vers le site Internet dédié en japonais :**

- **Campagne d'affichage dans le système métropolitain de Tokyo,**
Deux semaines en avril
2 176 affichettes pour la Normandie
- **Un spot de 15 secondes mettant en avant le visuel « Monet/Ukiyoe »
largement diffusé sur les 96 écrans d'un train sur la ligne Yamamote**
- **Création d'audience pour le site internet du Festival en japonais**
(page d'accueil de Franceguide.com ; bouton publicitaire ; e-newsletters grand public)
- **Publicité Normandie avec un encart consacré au Festival
dans le trimestriel de l'Institut Franco-japonais (10 000 exemplaires, en avril)**

**Promotion du Festival à l'occasion du « Cherry Blossom Charity Ball »
le 9 avril 2010**

Le Cherry Blossom Charity Ball est un bal de charité placé sous le haut-patronage de sa majesté l'Empereur du Japon. Cet événement a lieu, chaque année, à la période de floraison des cerisiers. Il réunit la haute société civile japonaise et une partie de la communauté internationale. Cet événement est, cette année, l'occasion, pour le CRT et l'OT de Rouen, de promouvoir le Festival