

Société | Tour de France: le Béarn repart pour un Tour de charme



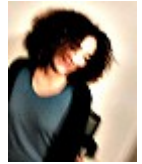
Si le Tour de France est un habitué des visites en Béarn, et cette année particulièrement avec une présence paloise du 25 au 27 juillet, l'inverse est également vrai. Depuis le Tour 2016, la destination Béarn Pyrénées s'invite aussi sur ses routes, bien au delà de son propre département. Elle est en effet la seule destination touristique au sein de la caravane publicitaire du Tour et elle y envoie un ambassadeur de choix : Henri IV, incarné par deux comédiens. Une présence confortée l'an dernier par 7 jours d'implantation d'un Village béarnais sur 3 étapes : Pau, Puy-en-Velay et Paris. Une opération qui donne de beaux résultats en terme d'impact médiatique, et sera renouvelée cette année.

20 télévisions, 22 web média, 7 radios, 19 press print soit un impact médiatique généré auprès de 68 médias internationaux, nationaux et régionaux... L'Agence d'attractivité et du Développement Touristique des Pyrénées-Atlantiques (AaDT 64) qui porte cette opération peut être satisfaite. Cette deuxième opération séduction sur les routes du Tour a eu son « petit » effet. Sur les 122 retombées presses de l'année évoquant la destination Béarn Pyrénées, 68% concernaient ce partenariat mis en place avec le Tour de France. Enfin un autre impact pour le moins intéressant se mesure sur les réseaux sociaux. La page Facebook Béarn Pyrénées a notamment enregistré une hausse de 739 abonnés à l'occasion du Tour de France, soit 26% de plus par rapport à 2016.

Pas de doute pour l'AaDT, « la progression de l'ensemble des indicateurs (nombre de médias, contre-valeur des retombées presse, fréquentation du site web, nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux...) montre que cette édition 2017 a suscité un véritable intérêt tant auprès des journalistes que de la communauté internet. La contre valeur des retombées presse a augmenté de 53,7% entre 2016 et 2017. » En d'autres termes, cette présence médiatique forte équivaut à 770 661 euros de publicité que l'agence n'a donc pas eu à déboursier...

Présenter une vitrine du Béarn Puisque cette tournée promotionnelle est visiblement une affaire qui roule, l'AaDT renouvelle cette opération originale sur le prochain Tour de France et en profite pour développer encore un peu plus le dispositif. Aux 9 caravaniers, 4 véhicules ou encore 305 000 goodies distribués le long du parcours, le Tour 2018 verra deux véhicules de l'AaDT avec un covering intégral thématique, plus encore de goodies et un travail encore renforcé auprès de la presse quotidienne régionale sur le parcours. Quant au Village Béarnais, les objectifs 2018 posent notamment la présence d'un plus grand nombre de

producteurs et d'artisans « pour former une véritable vitrine du Béarn », une hausse des animations pour booster la fréquentation sur place ou encore un plan de communication dédié et renforcé. En bref, le bon Henri IV repart bel et bien, cet été pour un tour du Royaume de France pour venter les charmes et les mérites de son Béarn natal.



Solène Méric

Crédit Photo : Aqui
Publié sur aqui.fr le 16/11/2017
[Url de cet article](#)