

2020, l'Oise tire son épingle du jeu auprès des médias

Oise Tourisme mène une politique de relations presse offensive auprès des médias nationaux. Notre ambition ? Développer la notoriété de la destination Oise auprès de la presse Île-de-France et la cible des excursionnistes, dans le but d'augmenter la consommation touristique sur le territoire.

Suite à l'**étude économique et profil clients** réalisée en 2019, le ressenti des journalistes et des nouvelles tendances touristiques autour du « prendre le temps de... », nous avons tous les atouts pour positionner la destination Oise en 2020 autour du **Slow Living** :

- **Destination à 1h de Paris** : accessible rapidement pour une déconnexion immédiate sur 2 jours.
- **Slow Art** via sa programmation culturelle et ses sites patrimoniaux.
- **Slow Vélo** pour respirer via les véloroutes ou les boucles à vélo pour découvrir, à son rythme, les petits villages de la campagne Oisienne.
- **Déconnexion** pour prendre soin de soi, vivre des expériences hors du temps.

L'année 2020 fut particulière et finalement très positive en termes de résultats presse. On vous explique tout en détails dans cet article !



Laëtitia DESSAINT

Chargée de presse et de
promotion BtoC

Tél. : 03 64 60 60 43

Bilan presse 2020 chiffré

73 parutions

228 000 000 personnes touchées
(audience)



Sur l'année 2020, l'Agence Oise Tourisme a organisé 11 accueils presse. L'essentiel des parutions presse se sont gérées « à distance » sans que les journalistes ne viennent sur place.



2 voyages de presse



2 voyages de presse



Analyse des retombées presse 2020

Face à la crise sanitaire, les journalistes étaient à la recherche de destinations loin du tourisme de masse pour respirer et s'évader en France autour du vélo, de la randonnée, des expériences nature... sans contrainte sanitaire. Ainsi, la mobilisation de la presse nationale pour la destination France a permis à l'Oise d'exister et d'être présente dans les dossiers tourisme au côté de grandes destinations identifiées comme des destinations « vacances ».

Le triptyque : **nature/culture/patrimoine**, a été une nouvelle fois le tiercé gagnant. La proximité avec le bassin parisien, un véritable atout !

En effet, les « 100 km » ont permis à l'Oise de s'inscrire dans les dossiers à 100 km autour de Paris. Des dossiers qui ont été en grande majorité déployés par des supports à forte audience, notamment les quotidiens nationaux ou les sites web de la presse news : 14 parutions sur 73, soit environ 12 % des articles.

Le **patrimoine culturel** de l'Oise a également séduit la presse nationale, malgré la fermeture des musées et autres lieux culturels : 27 parutions sur 73, soit 37% des articles.

Autre richesse qui a aussi répondu à la tendance post-covid, les **villages** : 11 parutions sur 73, soit 15% des articles en 2020.

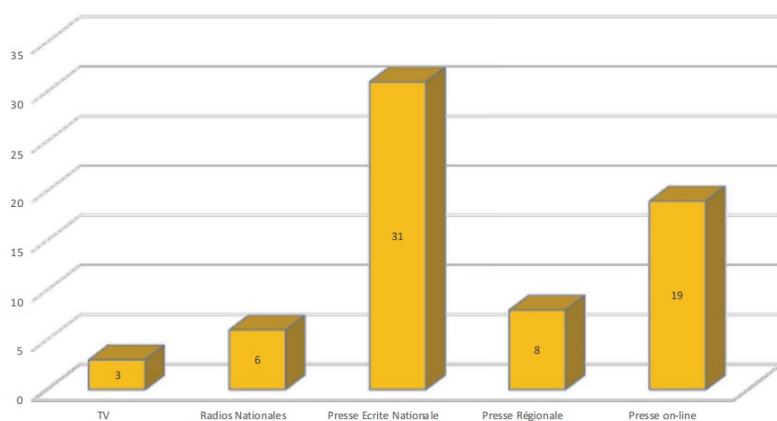
Enfin, durant le premier confinement du printemps 2020, les journalistes ne pouvant plus se déplacer ont dû s'adapter. Aussi, on remarque très logiquement une augmentation du nombre de retombées presse de type reportages **radio ou podcast**, format très tendance, qui se développe de plus en plus => *quelques exemples à écouter en bas d'article*.

Focus sur les audiences : l'Oise a la côte !

L'année 2020 marque une nouvelle fois un nombre important de retombées dans des médias à forte audience :

- **Sept à Huit** (TF1) – 4 500 000 téléspectateurs : 30 minutes d'images sur le Domaine de Chantilly.
- **Bougez Vert** (Ushuaia TV) – 3 500 000 téléspectateurs : 2 fois 10 minutes sur Chantilly et sa forêt.
- **Maxi cuisine** – 1 864 000 lecteurs : 6 pages dans le dossier Evasion.

Répartition des parutions 2020 par type de presse



La nature et ses activités de plein air : la tendance 2020 et 2021

Les journalistes recherchaient des destinations avec une forte concentration de

des journalistes et journalistes des départements et de ce site ou d'espace nature, forêts, hébergements... et aussi des destinations avec des offres et/ou expériences nature / bien-être : vélo, hébergements isolés, randonnées dans les forêts, expériences en lien avec la nature, sylvothérapie, bain musical ressourçant, Gi Gong... 41 parutions sur 73, soit 56 % des parutions sur 10 mois.

Focus sur la sylvothérapie, produit phare de l'année 2020

Produit touristique très tendance, les journalistes ont trouvé dans l'Oise une offre « **bains de forêts** » prête à être mise en marché ! Version Fémina, France Info, Télé 7 jours, Biba, Femme Actuelle... ils sont tous tombés sous le charme de cette activité nature au cœur d'un cadre exceptionnel, aussi proche de la cohue parisienne.



La qualité des offres touristiques au rendez-vous !

A la différence de certains départements, il y a une vraie **qualité des lieux de visite** dans l'Oise. Nous avons une richesse que ce soit dans la **programmation culturelle**, dans les **belles rencontres** mais aussi dans les **histoires que racontent les lieux**. Ex : la forêt de Compiègne avec l'Impératrice Eugénie.

De plus, nous avons des professionnels dynamiques et innovants, qui proposent toujours de nouvelles offres en lien avec les tendances et ça, les journalistes l'ont bien perçu !

3 reportages à écouter ☐

<https://www.oisetourisme-pro.com/wp-content/uploads/2020/12/Eans-Oise-le-chateau-de-Pierrefonds-ouvre-virtuellement-ses-portes-2935945.mp3>

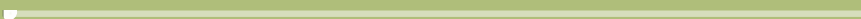




<https://www.oisetourisme-pro.com/wp-content/uploads/2020/12/la-decouverte-de-Compiègne-son-chateau-et-son-gateau-2976378-1.mp3>

Votre titre va ici

par Nom de l'artiste



00:00



Agence de
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Cette page est extraite du site www.oisetourisme-pro.com