

## ANNEXE VII

### Les reportages touristiques : impacts mesurables

La couverture médiatique de divers sujets entourant Tourisme Lanaudière et ses membres contribue de manière inéluctable à faire rayonner la destination. Que le contenu soit repris par un média écrit ou électronique, chacune des mentions confère au sujet une crédibilité et une notoriété. Voici ce que, du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2020, la région et les entreprises de Lanaudière ont obtenu comme visibilité sur les médias numériques.

<b>Reportages médias Web</b>	
Nombre de reportages obtenus en 2020	808
Valeur publicitaire estimée	5 239 034,72\$
Nombre de personnes atteintes (portée)	1 011 118 289

95 % des reportages Web font suite à des relations de presse et 5 % à des communiqués de presse émis par Tourisme Lanaudière.

Considérant la migration massive des médias écrits vers le Web et dû au fait que les outils pour mesurer les retombées médiatiques Web offrent une exactitude sur la portée et la valeur médiatique, les médias écrits ne sont plus comptabilisés (en termes de retombées).

De quelle façon les journalistes obtiennent-ils des informations ?

- ✓ Tournées de presse organisées par Tourisme Lanaudière ;
- ✓ Bourses des médias de L'Alliance auxquelles l'ATR participe deux fois par année ;
- ✓ Réponses de l'ATR à des sollicitations directes de journalistes ;
- ✓ Communiqués de presse émis par le service de communication de Tourisme Lanaudière ;
- ✓ Sollicitations directes de l'ATR avec les journalistes pour suggérer des angles de reportages ;
- ✓ Médias sociaux de Tourisme Lanaudière.