

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 1er janvier au 31 décembre 2021, la région et les entreprises de Lanaudière ont obtenu comme visibilité sur les médias numériques.

	2020	2021
Nombre d'articles	808	610
Retombées estimées	1 011 118 290	598 240 670
Moyenne	125 138	980 722

28 des 610 articles font suite à des communiqués de presse émis par Tourisme Lanaudière, soit l'équivalent de 4,5 % des reportages, par rapport à 5 % l'année précédente. 95 % des articles parus sur le Web font donc suite à des relations de presse.

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.