



# IPP møte 2 desember i Oslo

## Delphine Vallon – Frankrike

*Vi gir lokale ideer globale muligheter*

## Markeds oversikt

Antall aviser, magasiner, tv stasjoner osv.  
Hva er de viktigste media for oss ?

- 17 nasjonale og 69 regionale dagsaviser
- Ca. 400 ukeblader og månedsmagasiner
- 8 nasjonale TV kanaler ( TF1, France Télévisions : France 2 / France 3 / France 4 / France 5 / France ô, M6, ARTE, CANAL +) – lokale og regionale stasjoner rundt 180.
- 4 viktigste gratisaviser i Paris (Métro / Direct Matin / 20 minutes / A Nous Paris )
- 10 nasjonale offentlige radio / 20 nasjonale private radio / ca. 1500 lokale radio

## Markeds oversikt

Hva er de viktigste media for oss ?

Alle type medier : press, TV, Radio, web, sosiale medier

I disse må vi velge de som gir oss beste synlighet til våre målgrupper og de som har beste opplag, seerantall...

De kan være kulturelle, turistiske, kvinnelige, mannlige, sportsinteressert, allminelige ... medier.

Franskmenn har ikke nok kjennskap til Norge. Derfor må vi hjelpe dem med å bli bedre kjent med Norge innen diverse områder og med å bli bedre kjent med hva kan man oppleve og hvor i Norge.

## Media trender

Eks 1. Økt bruk av freelance journalister da økonomisk nedgangs konjunktur betyr aviser og magasiner ikke sender sine egne journalister.

Det er sant at vi bruker mer freelance journalister. De er seriøse og motiverte. De kommer med et tema og ofte vet når artiklene blir trykket eller sendt. De er lojale mot medier de jobber for, det betyr at de jobber regelmessige med de samme aviser eller magasiner.

Eks 2. Stadig nedgang i salg av aviser, da forbrukeren i større grad finner nyheter på internett portaler

Nedgang i salg av aviser i Frankrike. Forbrukeren leser gratis medier eller finner info på nettet.

## Hva forventer en journalist?

Vi avtaler møter med alle journalistene som har kontaktet oss når de ønsker å reise med et prosjekt som er av interesse for oss.

De forventer mye forskjellige :

- gode adresser om temaene de jobber med
- regelmessige nyheter om landet innen ulike temaer
- geografisk informasjon
- gratis flybilletter og overnatting
- å være sikkert at de vil treffe de riktige personer eller steder knyttet til deres reportasjer / at de vil ha nok og god stoff for å skrive

## Resultater fra 2009 (indikasjon)

Antall journalister sent : **48**

Antall artikler trykket : **33**

Verdi av pressedekning ekskl. TV, nett og radio :

**20.560.500 NOK / 2.284.500 euros**

Antall TV programmer : **26**

Antall nyhetsbrev : **3**

Pressemeldinger sent ut : **2**

Events :

**Adonet** (press workshop i januar )

**Norgesdagene** (20.-21.-22.oktober)

**CineNordica** – NO /SE /DK filmfestival. *Nord / Lønsj / De usynlige*

## Eksempler

Tradisjonell presse :

*Le Figaro Magazine* – mars 2009 – 6 sider

*De fyrene fra havet* : Kjølnes, Litløy, Myken, Haugjega

WE tillegg til Frankrikes største nasjonale dagsavis *Le Figaro*

Opplag : 447 878 ex.

Annonseverdi : 1 782 000 nok

Målgrupper : 47,7 % menn, 52,3 % kvinner, 50 % over 50 år, 26,5 % mellom 35 – 49 år

Journalistene : Brigitte Baudriller / Patrick Wallet

## Eksempler

Road Book media – april /mai 09 – 38 sider + 46 min DVD

Temaer : Lofoten, Finnmark, Nature og Design

Opplag : 35 000 ex.

Annonseverdi : 2 052 000 nok

Målgrupper : Reise, natur/miljø –og kulturinteresserte mennesker

Journalistene : Christophe Migeon / Julie Goux

## Eksempler

Internet

[www.toutpourlesfemmes.com](http://www.toutpourlesfemmes.com)

140 000 visitors i oktober

Målgrupper : 35-60 alder / menn-kvinner /  
godinntektleserne og kulturinteresserte.

Journalistene : Nicole Salez / Catherine Bardon

Regelmessige artikler om Norge på ulike temaer.

I april : konkurranse i forbindelse med Østlandsprosjekt

I december : julekalender med flere partnere (Hurtigruten,  
SAS, Norwegian, Dale of Norway...)

## Eksempler

### TV program Escapade Gourmande

Unicap television – belgisk produksjonselskap

2 programs (30 min) + 3 micro-programs about Lofoten og Finnmark i vinter

Blend of gastronomy, heritage, history and tourism.

Genre: TV lifestyle magazine

TVkanaler : TV5 Monde, RTBF La Une, RTBF Sat, Odyssee,

La Trois + Websider : [www.tv5monde.com/courtssejours](http://www.tv5monde.com/courtssejours)

[www.vdotrip.com](http://www.vdotrip.com), [www.europeenimages.net](http://www.europeenimages.net) (for teachers and students), [www.escapadegourmande.net](http://www.escapadegourmande.net)

## Utfordringer for 2010

Mindre presseturer i 2009 fra Frankrike men en veldig god verdi av pressedekning : 2 284 500 euros (2008 : 2 878 277 euros). Det betyr kvalitet og lengre artikler i medier som har vært stabile i forhold til krisen. Det resulterte i at man sier til oss : *Jeg har sett en fin artikkel om Norge eller det ser ut som Norge er mer synlig i magasiner.*

For 2010 :

- Proaktiv bearbeidelse av journalister og viktige medier som dekker vår målgruppe
- fokus på online medier
- 3 nasjonale TV-programmer om Norge
- flere målrettet nyhetsbrev og pressemelding