



TF1

Martes, 3 de agosto de 2010

Sección: Noticias

Difusión: 12.500



Michelle Obama en vacances à Marbella, l'Espagne se frotte les mains

Par Ludmila INTRAVALA le 03 août 2010 à 15h50, mis à jour le 03 août 2010 à 17:13

La première dame américaine a jeté son dévolu sur un hôtel de luxe de la station balnéaire espagnole pour des vacances avec sa fille Sasha. Barack Obama fêtera ses 49 ans, mercredi, aux Etats-Unis... sans ses girls.

10 Commentaires | 27

Article aussi dans People - Tournoi de pétanque en plein tournage de Woody Allen



A droite, Michelle Obama et sa fille Sasha et à gauche, la propriété de la Villa Padierna où la première dame américaine va séjourner du 4 au 8 août 2010, à Marbella © Abacopress.com/Villa Padierna

Les vacances présidentielles sont toujours scrutées de près par la presse et ses commentateurs. Celles du président des Etats-Unis et de sa famille ne font pas exception à la règle. Ainsi, c'est sous la plus haute surveillance, tant américaine qu'espagnole, que va se dérouler la visite de la première dame américaine, à Marbella, dans le sud de l'Espagne, dès ce mercredi.

800 millions d'euros en publicité

Nul doute que pour la région de Marbella, ce voyage présidentiel ne soit une aubaine médiatique. D'après le média espagnol *El Periódico de Catalunya*, mardi, une banderole géante de bienvenue à Michelle Obama a été installée à l'entrée de l'hôtel, où le service de sécurité est impressionnant. Lundi, le directeur de la Villa Padierna s'est félicité, dans la presse espagnole : "Cette visite est très positive pour la reconnaissance de la qualité du tourisme à Marbella et dans sa région." Le maire de la station balnéaire fait remarquer que "Michelle Obama aurait pu se rendre n'importe où dans le monde" mais qu'elle "a choisi Marbella", soulignant que cette visite fera disparaître les connotations négatives encore attachées à la villa.

Bref, les bénéfices médiatiques de ce voyage sont de taille. D'après une étude du bureau de sondage espagnol *Oak Power Comunicación*, relayée par le quotidien *El País*, mardi, les répercussions publicitaires de cette visite pour la région de Marbella s'éleveraient à quelque 800 millions d'euros, avec plus de 50.000 informations publiées sur le sujet, par tous les médias impliqués dans la couverture de l'événement : 660 télévisions, 2500 quotidiens, 2100 médias en ligne, 950 revues généralistes et 900 spécialisées.