

Deux campagnes de communication pour dynamiser la saison 2022 au Pays de Saint Gilles



Pour lancer la saison touristique et renforcer la notoriété de la destination, l'Office de tourisme a lancé un plan d'actions multi-canal, se déroulant de mars à septembre 2022.

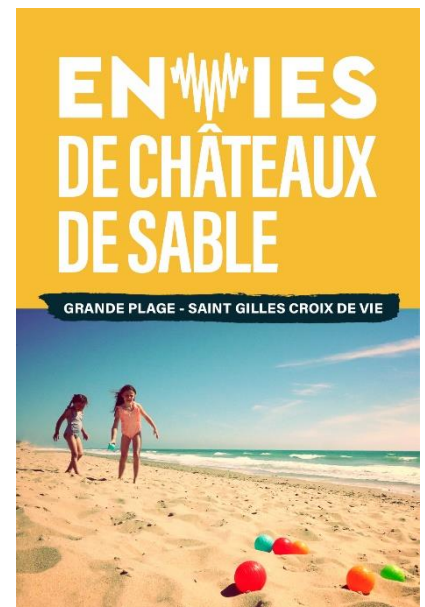
La cible principale de ces actions est régionale et limitrophe, mais certaines actions, plus ciblées, visent aussi des régions plus éloignées comme l'Île de France.

Campagne régionale des ENVIES du Pays de Saint Gilles

Déjà initié en 2021, l'Office de Tourisme poursuit son partenariat avec l'agence de communication Yonnaise Médiapilote, autour d'un thème fédérateur "Les ENVIES du Pays de Saint Gilles".

En 2022, plusieurs actions sont mises en place pour séduire et faire (re)venir la clientèle des Pays de la Loire et de zones nationales ciblées.

Pour se démarquer, des leviers immersifs sont activés comme la publicité sur des plateformes audio (Deezer, Spotify) mais aussi à travers de nouveaux podcasts interrogeant des personnalités locales. L'accent est aussi mis sur YouTube pour faire la promotion des podcasts.



Sur Facebook, 3 jeux-concours sont organisés entre fin mars et début juillet, pour faire gagner de nombreux séjours, en collaboration avec les partenaires de l'Office de Tourisme.

Plus de 1500 personnes ont participé aux deux premiers jeux-concours printaniers. Un dernier jeu sera proposé fin juin-début juillet.

Des bannières publicitaires sont également diffusées sur Facebook et Instagram pour valoriser des thématiques comme la nature, le patrimoine, la gastronomie, le nautisme...



Des actions sont aussi organisées sur le site **Le Bon Coin** pour cibler les internautes cherchant des locations sur le littoral français.

Enfin, pour cibler la clientèle parisienne, un encart publicitaire a été pris dans le magazine féminin "Elle", du 7 au 14 avril.



Campagne de communication dédiée à l'hôtellerie de plein air

L'Office de Tourisme opère, pour la seconde année consécutive, une **campagne de communication sur le thème de l'hôtellerie de plein air**. En 2022, l'accent est mis sur les **hébergements premium et insolites**, qui permettent au Pays de Saint Gilles Croix de Vie de se démarquer de la concurrence.

Les deux objectifs de cette campagne :

- Développer la **notoriété de l'offre hôtellerie de plein air** du Pays de Saint Gilles Croix de Vie
- Assurer **visibilité et trafic de qualité** sur le site du Pays de Saint Gilles Croix de Vie, notamment sur une page dédiée aux campings.

Les bannières publicitaires sont également diffusées de fin avril à mi-juillet, sur le site Leboncoin, sur des sites de météo et féminins... Mais aussi sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram.

