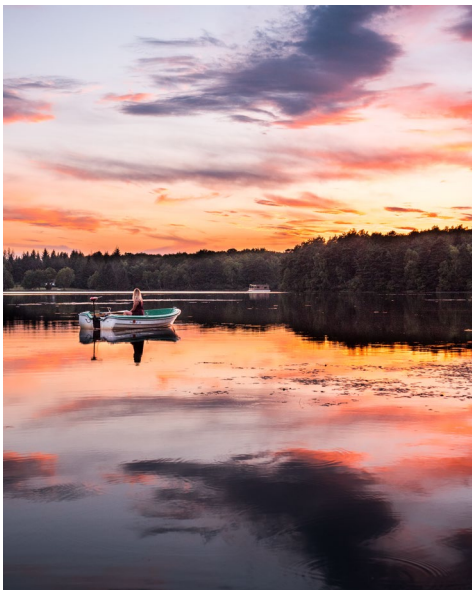
CORRÈZE tourisme
Agence de développement touristique

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
COMMUNICATION 2021

Suite aux annonces gouvernementales du 31 mars, nous avons décidé de maintenir les dates prévues pour notre campagne de communication. Une campagne d'image et de notoriété pour parler de notre destination pendant ce mois d'avril durant lequel la consommation média va augmenter. Nous prenons le pari de donner envie aux Français de pouvoir enfin profiter des grands espaces préservés de la Corrèze.



LES ATTENTES DES TOURISTES & DES VACANCIERS MARQUÉES PAR LA CRISE SANITAIRE

La crise sanitaire joue un rôle de catalyseur dans l'évolution des grandes tendances de consommation et le secteur du tourisme n'y déroge pas.
La consommation responsable, locale, durable, solidaire et porteuse de sens se généralise.
L'envie de voyager autrement, l'envie de tranquillité, de découverte de lieux peu fréquentés, d'expériences authentiques émergent fortement et le tourisme de masse est en fort déclin.
L'été dernier, force est de constater que de très nombreux vacanciers ont été déçus de se retrouver avec beaucoup de monde dans des endroits pourtant éloignés du littoral.

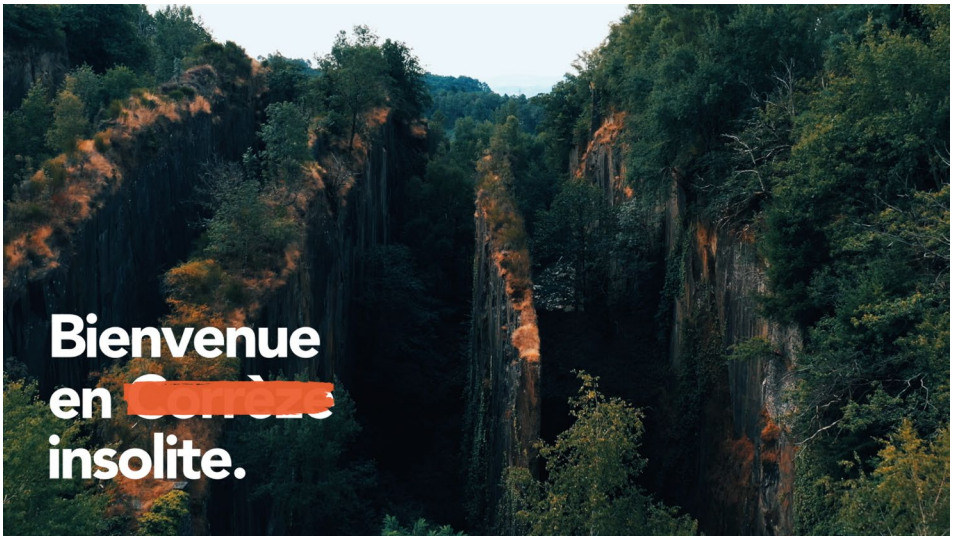
CORRÈZE SECRÈTE
UNE CAMPAGNE INATTENDUE

Dans ce contexte si particulier, la Corrèze ose revendiquer qu'elle est une destination à l'écart des grands flux touristiques.
Elle offre par essence, aux touristes de demain, de réelles opportunités de vivre des moments inoubliables, se ressourcer et renouer avec de vraies valeurs loin de la « foule estivale ».
Elle propose aux vacanciers l'expérience de coins préservés, vierges qu'elle sait sauvegarder pour mieux les partager.
Pour aller jusqu'au bout de cette idée, c'est une Corrèze secrète dans laquelle chacun pourra s'évader en toute sérénité, comme dans son jardin secret, qui est mise en scène dans la communication.
Dans les visuels, toutes les mentions permettant de situer précisément les lieux sont volontairement cachées.

Une Corrèze secrète qui se dévoile peu à peu.
De l'insolite, du mystérieux, de l'inattendu.

>> Voir le film 30 sec.

https://youtu.be/ufl5-0SazHw



>> Une version longue du film sera également diffusée sur les réseaux sociaux et permettra de valoriser tous les territoires corréziens.

// STRATÉGIE D'ACTIVATION

Un dispositif innovant et 100% digital pour une campagne décalée et hors des sentiers battus !

1 / DIFFUSION DU FILM 30'' SUR TF1 EN REPLAY ET EN TV SEGMENTÉE
auprès d'une cible nationale urbaine à la recherche de « déconnexion ».

MY TF1

2 vagues de communication en replay
du 8 au 29 avril et à partir du 17 mai.

TF1

2 vagues de communication *du 8 au 29 avril* et *à partir du 17 mai* en télévision segmentée. Une nouvelle offre disponible en télévision depuis le début d'année. Il s'agit de spots ciblés sur le direct TV.

Un plan puissant qui va permettre au total de générer plus de 2 500 000 impressions !

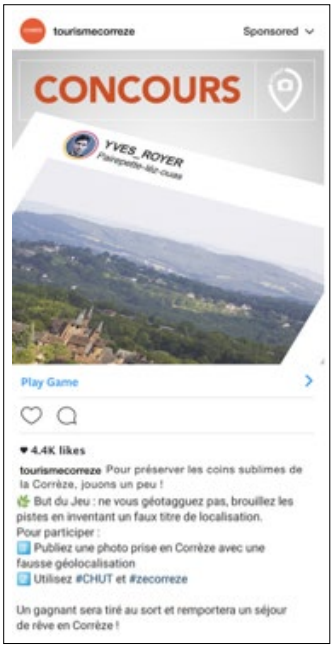
Ce dispositif est mené en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Nouvelle-Aquitaine et les offices de tourisme de la Vallée de la Dordogne et de la Haute-Corrèze.

2 / CAMPAGNE DISPLAY

Pour amplifier la visibilité de la campagne, la Corrèze secrète va s'afficher sur différents sites affinitaires à travers un dispositif en display. Il s'agit d'achat d'espaces publicitaires permettant de diffuser nos annonces sur des sites web qui sont fréquentés par nos cibles.
Un dispositif qui va générer environ 1 500 000 impressions.
A partir du 17 mai.

3 / LE RELAIS DE LA CAMPAGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Un hashtag spécifique



• Un jeu concours #CHUT sur Instagram sur le principe d'un « geotagging détourné ».

De début juin à fin août

Principe : Publier une photo de la Corrèze avec une géolocalisation inventée ! Un jury interne sélectionnera les meilleurs posts.

A gagner : - 1 séjour en Corrèze,
- 10 coffrets de produits «Origine Corrèze».

• Une campagne publicitaire sur Facebook & Instagram

Dès la mi-avril pour faire parler de la Corrèze secrète.
500 000 personnes touchées.

• Des Gif Instagram et un frame Facebook pour animer les publications.

Utilisables *dès la mi-avril* par les fans, les followers mais aussi tous les partenaires et les Corréziens pour communiquer sous la même bannière.

• Un jeu concours sur le site web de la destination

D'avril à fin juillet.

• **Et en fil rouge des campagnes de recrutement et de boosts de publications** *tout au long de l'année.*

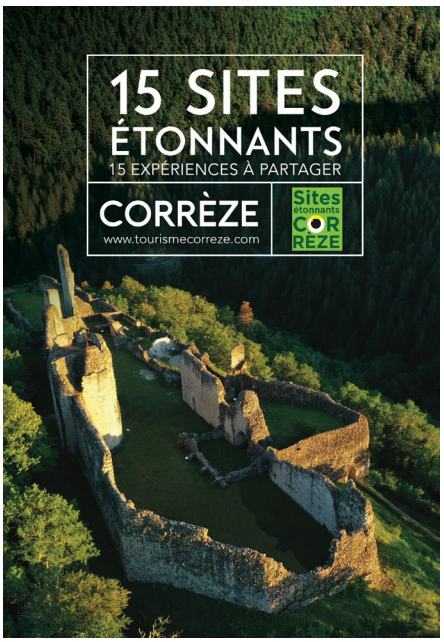
• **L'accueil d'influenceurs**

En partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Nouvelle - Aquitaine et la SEMITOUR en Dordogne, la Corrèze va accueillir *en juin* **Bruno Maltor**, influenceur voyages N°1 en France au million de followers qui publiera avec son style punchy et décalé, des stories, des posts, un article et une vidéo sur sa Corrèze secrète et insolite.

Les Droners, un couple de blogueurs voyage passionné de nature et de beaux paysages préservés va également être accueilli *au mois de juin,* dans le cadre d'une mini web-série régionale et d'un partenariat avec les offices de tourisme. Posts sur les réseaux sociaux, article sur leur blog et vidéo valoriseront la beauté naturelle de la Corrèze.

// LES ÉDITIONS

En relais du dispositif global de communication, la Corrèze édite une carte touristique en français, anglais et néerlandais, une carte spécifique famille présentant de nombreuses activités à pratiquer avec ses enfants pendant les vacances et un guide des sites étonnants.



// UN DISPOSITIF RESOLUMENT PARTENARIAL

Fédérer les opérateurs touristiques du territoire pour augmenter la puissance des dispositifs de promotion est un enjeu fort pour Corrèze Tourisme.

Les différents organismes gestionnaires de la destination partagent un objectif commun : valoriser le territoire, augmenter sa notoriété, attirer des visiteurs et les inciter à découvrir et consommer. C'est dans cet esprit de partenariat que la campagne 2021 a été mise en œuvre afin d'additionner les forces pour valoriser la destination.
C'est dans cette logique que le Comité Régional du Tourisme accompagne la campagne TV Replay ou encore l'accueil d'influenceurs. Les offices de tourisme participent également aux actions de visibilité de la destination (ex : TV Replay, campagnes publicitaires sur Facebook, accueil influenceurs) en mettant en avant leurs endroits secrets et encore méconnus. Une façon pour chacun de gagner en notoriété.

ET POUR BOOSTER LES RÉSERVATIONS :

Des campagnes publicitaires sur Facebook et Instagram sont également programmées avec les différentes filières du département pour valoriser les offres et susciter des réservations.
La **Fédération de l'Hôtellerie de Plein Air du Limousin**, les **Gîtes de France Corrèze**, le **Club des Hôteliers-Restaurateurs de la Corrèze**, le **réseau des sites étonnants** et le réseau la **Corrèze en famille** se sont engagés dans la démarche. Concernant les hébergements, les campagnes débuteront en *mai* pour booster les réservations. **Pour les sites et activités**, elles auront lieu *cet été* afin de susciter l'envie auprès des corréziens, des visiteurs en séjour sur place et sur les territoires limitrophes.

// FICHE TECHNIQUE

Budget : 190 000K€

Contact Corrèze Tourisme :
Marie Saule - Directrice
msaule@correze.fr - 05 55 29 58 73

CORRÈZE
LE DÉPARTEMENT

L'Agence de Développement Touristique est l'opérateur du Conseil Départemental de la Corrèze pour le développement et la promotion du tourisme.

Agence : Campagnes & Cie