Le Sud Vienne Poitou communique en 360°

dimanche 26 juillet 2020, par lpe

C’est dans un contexte inédit que l’Office de Tourisme Sud Vienne Poitou, dans sa vocation à soutenir la reprise de l’activité et tous les acteurs du secteur pour la saison d’été, a lancé une toute nouvelle campagne de communication à destination des touristes français. Imaginée par l’agence G-Communication, cette campagne fait référence, avec humour, aux différents comportements de consommation observés pendant cette période de confinement imposé. Un retour à des libertés simples et essentielles.

Cet été est en effet un peu particulier, la crise sanitaire conduit inexorablement à un repli local, régional et national des comportements touristiques des Français qui privilégient des moments de partage en famille, entre amis, auprès des êtres chers. Un tourisme plus local, solidaire et bienveillant.

La campagne se veut authentique et transparente avec un ensemble de visuels répondant aux attentes actuelles. La proposition d’un territoire à taille humaine, intimiste, bienveillant offrant une nature et des espaces préservés, une diversité d’activités, des productions locales et un patrimoine culturel et historique.
Il s’agit de puiser dans les ressources identitaires du territoire.

Une mise en œuvre participative

La campagne a été construite prioritairement autour du digital avec des visuels et des supports vidéos à la fois identitaires et communautaires. Elle est diffusée sur toutes les plateformes de l’Office de Tourisme (Facebook, YouTube, Instagram).

9 supports vidéos ont été réalisés pour donner la parole aux acteurs locaux et à leur savoir-faire dans un esprit “testimonial“ : une mise en lumière des acteurs du territoire sur les thématiques du patrimoine, de produits et savoir-faire locaux, de la gastronomie et du tourisme. Les paroles recueillies sont fortes, émouvantes mais aussi réalistes. Les acteurs sont ambitieux, engagés, positifs vis-à-vis de l’avenir. 2 supports vidéos “marque territoire” viennent compléter la campagne.

Une campagne d’affichage a été également réalisée la première quinzaine de juillet dans 18 villes à proximité du territoire : Poitiers, Châteauroux, Tours, Limoges… avec un discours suscitant une interaction et un rapprochement entre le territoire et le public.

Pour Sabrina Michau, responsable de communication de l’office de tourisme de Sud Vienne Poitou, "*nous avons eu la volonté de créer une synergie entre les acteurs du territoire et l’office de tourisme pour cette campagne remportée par appel d’offres par l’agence G-Communication qui, certes, n’est pas basée dans la Vienne, mais dispose d’une longue expérience dans la communication publique. Leur regard extérieur nous a été utile dans certains choix. Nous allons certainement poursuivre cette action car elle sera au maximum de ses effets sur le long terme. D’autres professionnels sont demandeurs pour participer eux*

aussi à de nouvelles vidéos !"

A propos de cette saison atypique, Sabrina Michau ajoute : "*Nous avons connu un pic de fréquentation important lors du week-end du 14 juillet. Depuis, nous ne sommes pas au niveau de l'an passé mais l'augmentation est flagrante. Des habitants de la Vienne et des départements limitrophes viennent à la découverte de nos sites*."

Pour Lionel Guiral, dirigeant de G-communication, une agence dont le siège est à Montauban et qui est spécialisée dans la communication des collectivités et grands comptes privés, "*l'objectif était de remettre les acteurs locaux en lumière. Le sud-Vienne est un territoire attachant.*"