



DESTINATION GERS

Comité Départemental du Tourisme

PLAN MARKETING DE REPRISE ET DE SOUTIEN AUX ACTIVITÉS TOURISTIQUES DÉPARTEMENTALES

Contact : Raphaëlle LEQUAI

+ 33 (0)6 51 75 92 54 / communication@tourisme-gers.com

DESTINATION GERS / Comité Départemental du Tourisme Maison Départementale du Tourisme

3, boulevard Roquelaure - BP 50106 - 32002 AUCH Cedex – France

www.tourisme-gers.com



Pendant la période de confinement, le CDT a travaillé, à travers ses actions Marketing, à maintenir l'esprit de connivence et de convivialité ainsi que l'indice de sympathie envers la Destination et ses atouts... tout en accompagnant les acteurs locaux, entreprises mais aussi Offices de Tourisme gersois (soutien des initiatives commerciales et locales, valorisation des entreprises, solutions d'accompagnements...) et en préparant l'avenir !

Ainsi, avec le concours du Conseil Départemental du Gers, le Comité Départemental du Tourisme Destination Gers (avec ses partenaires) a mis au point un plan marketing de reprise et de soutien aux activités touristiques départementales.

Ce plan s'organise autour de **4 cercles** (infra – Gers / proximité – Occitanie et Nouvelle-Aquitaine autour des grandes et moyennes agglomérations / marchés prioritaires internationaux - Grande-Bretagne, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Espagne) et de **3 cibles** (grand public, influenceurs et TO / voyageurs) pour des messages ciblés, segmentés et adaptés aux attentes spécifiques de chacun.

Il se décline autour de **5 axes** et **14 actions** :

I - un dispositif image et numérique pour générer le buzz

II - une communication multicanal à la force du digital

III - un passeport privilège au cœur des dispositifs

IV - aider les prestataires touristiques gersois dans la qualification de l'offre

V - outils de séduction et de rebonds 2021



I - Un dispositif image et numérique pour générer le buzz !

Afin de porter un message unique et fort, de montrer une vraie cohérence de Destination, et permettre au Gers de ressortir au milieu de la communication concurrentielle omniprésente à venir, le CDT, et ses partenaires, a bâti un **dispositif image et numérique autour d'une collection de clips de Destination, qui sera utilisé au national et à l'international.**

> 3 clips seront diffusés en France et ont été pensés pour :

- montrer ce que l'on peut faire aujourd'hui dans le Gers
- faire découvrir l'esprit Gascon
- inviter à la découverte

> Une collection qui s'appuie sur le lancement de 19 clips expérientiels co-financés par le CDT, les Offices de Tourisme, 2 PETR et 3 filières de l'oenotourisme ainsi que sur 1 clip réalisé en partenariat avec l'Hôtellerie de Plein Air gersoise.

> Un clip en langues étrangères pour une diffusion à l'international

1 - Ainsi, à compter du **jeudi 28 mai, un clip sera diffusé tous les deux jours sur les réseaux sociaux**, en alternant un clip de Destination hebdomadaire et clips expérientiels, de manière massive et ambitieuse : une **campagne virale** associant les Réseaux Sociaux du CDT et de ses partenaires locaux (Territoires, Entreprises, filières et habitants gersois).

Un guide de partage sera communiqué afin de réussir cette entreprise.

2 - Les clips de Destination feront l'objet de **campagnes de proximité Gers, Occitanie et Nouvelle Aquitaine** pendant un mois et demi. Elles s'appuieront sur les dispositifs du Groupe la Dépêche (display vidéo et social display), du groupe Sud-Ouest (display double pavé) et de la radio Hitfm (plus d'1 320 000 impressions escomptées). Ils disposeront également d'un large dispositif s'appuyant sur Facebook, Instagram et Youtube pour diffuser les messages et les images de la Destination en France.

Lancement proximité

Gironde, Landes, Pyrénées Atlantique, Lot-et-Garonne	SudOuest.fr (Sites, sites mobiles et applications Journaux du Sud Ouest) - Display Double Pavé	1 000 000 impressions sur 3 semaines
Nouvelle Aquitaine	Youtube (Clip Pré-roll)	36 000 vues sur un mois et demi
Occitanie	Display vidéo (vidéo au cœur des articles ainsi qu'en amont des vidéos éditoriales) – Ladepeche.fr, midilibre.fr, lindependant.fr	108 000 impressions sur un mois et demi
Occitanie	Solution Social Display (vos posts Facebook, Instagram et Twitter en publicité // homepage) Ladepeche.fr, lindependant.fr	150 000 impressions
Gers	Radio hitfm	1 semaine de messages à l'antenne et 3 semaines sur facebook (19 000 abonnés)
Occitanie et Nouvelle Aquitaine	Sponsoring facebook	Entre 65 600 et 141 900 personnes touchées sur 3 semaines
	Sponsoring instagram	Entre 510 000 et 1 320 000 personnes touchées sur 3 semaines



Lancement France

France – métropoles Lyon, Lille, Nantes, Marseille, Nice, Paris, Reims, Rennes, Saint-Etienne, Strasbourg, Clermont-Ferrand, Orléans	Sponsoring facebook	Entre 16.800 et 48.400 personnes
	Sponsoring instagram	Entre 170.000 et 440.000 personnes

3 – Ces messages seront également portés à l'international grâce à **l'adaptation d'un clip en différentes langues pour diffusion sur les réseaux sociaux à destination de nos marchés internationaux prioritaires** (Grande-Bretagne, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Espagne, Italie, Portugal).

Lancement international

International – Grande-Bretagne, Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Espagne, Italie, Portugal	Sponsoring facebook	Entre 20.700 et 60.000 personnes
	Sponsoring instagram	Entre 290.000 et 750.000 personnes

II - Une communication multicanal à la force du digital

1. Une communication numérique amplifiée et cohérente grâce au **partage de hashtags communs sur les réseaux sociaux et sur les outils de communication**, avec l'ensemble de nos partenaires et acteurs touristiques :

#Gers #tourismegers #ExploreMonGers #RendezVousHeureux #LeBonheurestdanslAprès



Un tampon #ExploreMonGers2020 à apposer sur les visuels a également été partagé.

2. Une **communication dynamique sur nos réseaux sociaux** (facebook, instagram, twitter, pinterest) autour de l'Image (au-delà de la campagne vidéo virale présentée précédemment) et de la mise en avant de l'offre accessible, avec des jeux-concours organisés pour susciter les envies de séjour (notamment par les activités de loisirs).
3. Une **campagne locale dans la PQR et les radios locales** soutiendront les entreprises proposant des prestations accessibles et ouvertes (en complément de la campagne vidéo virale et de la campagne PQR organisée entre le CRT et les OT).

Tableau prévisionnel

Nouvelle Aquitaine	Sudouest.fr + larepubliquedespyrenes.fr et application mobiles	publiweb sur la homepage, en permanence pendant 4 jours + mise en avant newsletter (1 semaine)
Occitanie	ladepeche.fr, lindependant.fr	3 articles partenaires classiques (14 jours – 100 000 impressions chacun)
	Supplément Echappée belle – ce qu'on peut faire à – 100km. Diffusion sur 10 départements. (8 pages + mini-site éditorial intégrant les articles du cahier – 7 jours + 2 jours Habillage 100% PDV géo ou contextualisé* 50 000 impressions display géo ou contextualisé* 50 000 impressions Native Ad géo ou contextualisé* Home département)	1 page print et full banner web dans le dossier – sortie le 18 juin
Gers	radio Hitfm	Diffusion de spots à l'antenne + relai facebook (19000 abonnés)



4. Des **accueils d'influenceurs** en partenariat avec les Offices de Tourisme pour une mise en avant en temps réel de l'offre accessible à travers des témoignages d'expériences.

5. Des **newsletters de fidélisation et commerciales ciblées** :

- Que Faire Ce Week-End (4 300 contacts de proximité)
- Les Tops in Gers et Le Goût des Jours Heureux (430 000 contacts dont 78 700 contacts qualifiés parmi 21 champs de segmentation : famille, ambassadeur, patrimoine, loisirs, accessibilité, campings, chambres d'hôtes, locations, hôtellerie, remise en forme, randonnée, savoir-faire, fluvial, gastronomie, événementiels, vignoble, gayfriendly, camping-car, séjours, boutique, golf.) - envois spécifiques infra, proximité et national.
- Gerstour (2686 TO et voyagistes nationaux)
- GersInfo (1005 influenceurs nationaux)

Partenariat avec la Centrale de Réservation pour la diffusion de séjours.

6. Ces actions seront appuyées à l'automne par la présence du CDT sur **4 opérations de séduction B to C et B to B** (grand public, presse et/ou à destination des TO / voyagistes) :

- le salon Vivre Nature de Toulouse (partenariat OT Bastides de Lomagne / OT Coeur Sud Ouest / Domaine Escapa)
- le festival des Films de Voyage de Montpellier (partenariat ADT-CDT 31/81/82)
- le salon Vins et Terroirs (partenariat ADT-CDT 31/81/82 et IVSO)
- une opération presse nationale à Paris (partenariat ADT-CDT 47/82)

III - Un passeport privilège au cœur des dispositifs

Le CDT a créé **un passeport numérique disponible sur la plateforme web adaptée**. Ce passeport comprendra une centaine de prestations de cadeaux, de gestes d'accueil, de tarifs préférentiels (un minimum de 10% de réduction sur les prestations payantes) accompagnant le visiteur dans ses découvertes et mettant en avant les initiatives des entreprises et des Territoires. Il sera constamment adapté aux besoins du client et aux initiatives de nos entreprises jusqu'à fin 2020.



IV - Aider les prestataires touristiques gersois dans la qualification de l'offre

Cet objectif est partagé avec les Offices de Tourisme au sein des Territoires, les filières et les labels. Cet accompagnement est permanent. Il a double objectif :

- **designer l'offre**
- **monter des produits touristiques** prêts à être diffusés dans les newsletters commerciales émises par le CDT sur un potentiel de 430 000 contacts.

V - Outils de séduction et de rebonds 2021

Pour un besoin de rebond et de relance, le CDT renouvelle ses outils de séduction pour une communication renouvelée : **une nouvelle plateforme web** et **de nouveaux supports print** sont en cours de préparation pour les campagnes de promotion 2021.



Contact : Raphaëlle LEQUAI

+ 33 (0)6 51 75 92 54 / communication@tourisme-gers.com

DESTINATION GERS / Comité Départemental du Tourisme Maison Départementale du Tourisme

3, boulevard Roquelaure - BP 50106 - 32002 AUCH Cedex – France

Toute l'offre accessible sur www.tourisme-gers.com