

## **CAMPAGNE DE COMMUNICATION « ALSACEZ-VOUS » 2010**

### **PREAMBULE**

---

La crise financière et économique n'est plus une source de morosité chez les consommateurs français. Les activités de loisirs comme les spectacles, le cinéma ou les parcs de loisirs ne se sont jamais aussi bien portés. Pour la quasi-totalité des français les vacances restent primordiales.

Toutefois, ils n'hésitent pas à réduire les dépenses sur leur lieu de vacances. Les touristes modifient leur comportement, ils veulent partir moins loin, moins longtemps et pour moins cher.

#### **Pour l'environnement graphique de la campagne de communication « image » 2010, nous avons fait le choix de :**

- Positiver le message. La crise (encore bien réelle, au regard des derniers chiffres du chômage) ne semble plus être (notamment via les médias) la préoccupation majeure des ménages.
- Renforcer le message sur le temps de transport « Paris-Alsace » : 2H.
- Travailler sur nos cibles prioritaires.
- Valoriser les atouts de l'Alsace qui répondent au besoin de « sens » des clientèles cibles. Dans ce contexte l'Alsace prolonge son message de région « remède » et joue la carte de l'authenticité.

**Notre choix s'est porté sur une identité graphique et des accroches surprenantes qui nous permettent de mener une campagne imaginative et exclusive qui se démarquera fortement des autres destinations touristiques.**

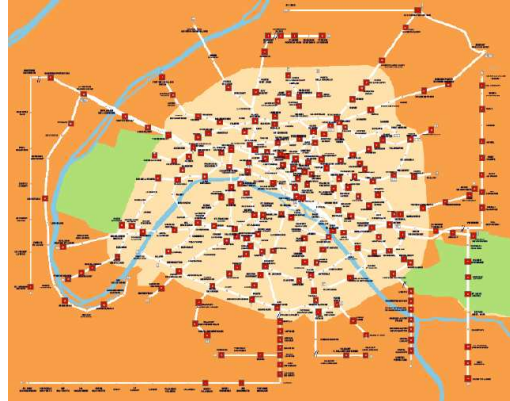
**L'environnement graphique fait la part belle aux visuels évocateurs et promet de « changer le quotidien » en désignant une seule destination capable de le dépasser : l'Alsace.**

## PLANNING MEDIA OFF LINE

---

I. Affichage dans le METRO parisien durant du 12 au 18 mai 2010 :

- 1 100 affiches DUO retro éclairées
- Couverture de l'ensemble du réseau parisien
- Performance :



II. Campagne Radio sur les ondes de RTL (1<sup>ère</sup> Radio de France) au mois de mai 2010 :

- Une semaine de présence sur les ondes à raison de 5 spots de 25' par jour.

## OBJECTIF

---

Prolongation du message « Alsacez-Vous » avec un nouveau positionnement graphique s'appuyant sur les grandes motivations de venue en Alsace et les fondamentaux touristiques de notre destination :

- Le dépaysement (nature)
- L'art de vivre (gastronomie et vins),
- Le tourisme urbain (colombages)
- Le tourisme culturel (folklore)

## CONTENU DU MESSAGE

Le soutien à la ligne TGV s'accroît et le temps de transport est plus présent que jamais grâce à l'accroche : un élément du quotidien parisien + 2H = une évocation de l'Alsace.

L'Alsace reste le « remède » face au quotidien.

La campagne « On Line » s'harmonise avec la campagne « Off line » et l'ensemble des médias (METRO, Radio) renvoient sur le site Internet événementiel « Alsace-Vous ».

Petit crème + 2h = ... grand blanc

Séjour  
Route des vins  
en Alsace  
3 jours / 2 nuits  
par personne, à partir de  
**161€**

Paris-Alsace  
en TGV : 2h  
ALSACEZ  
-VOUS!

ALSACE  
alsacezvous.com

Pl. des Vosges + 2h = ... Vue sur les Vosges

Séjour  
Grand air  
en Alsace  
3 jours / 2 nuits  
par personne, à partir de  
**161€**

Paris-Alsace  
en TGV : 2h  
ALSACEZ  
-VOUS!

ALSACE  
alsacezvous.com

Pte.d'Italie + 2h = ... Petite Venise

Séjour  
Culture  
en Alsace  
3 jours / 2 nuits  
par personne, à partir de  
**161€**

Paris-Alsace  
en TGV : 2h  
ALSACEZ  
-VOUS!

ALSACE  
alsacezvous.com

Vous êtes ici + 2h = ... Vous êtes ailleurs

Séjour  
culture  
en Alsace  
3 jours / 2 nuits  
par personne, à partir de  
**161€**

Paris-Alsace  
en TGV : 2h  
ALSACEZ  
-VOUS!

ALSACE  
alsacezvous.com

## PLANNING MEDIA ON LINE

---

En France, Internet est le média pour préparer son voyage :

- 77 % des internautes utilisent Internet pour préparer leurs voyages
- 31% des Français partis en vacances ont acheté leur séjour en ligne

Parallèlement de nouveaux comportements se développent :

- Les réseaux sociaux (Facebook et Twitter)
- Le partage de photos et de vidéos
- Les blogs de voyages
- Les sites d'opinions sur les voyages (Trip Advisor)

## STRATEGIES

---

- I. Capitaliser sur la marque « Alsacez-Vous », via le site événementiel alsacezvous.com.
- II. Créer une application inédite I-Alsace sur I-phone : en utilisant notamment le potentiel de géo localisation du mobile.
- III. Créer du trafic sur le site tourisme-alsace.com via le réseau Yahoo (leader français de fournisseurs d'accès Internet)
- IV. Campagne d'affiliation.
- V. Partenariat éditorial avec un site leader de la vente en ligne de séjours : par exemple, Promovacances.com.
- VI. Animation de la communauté 2.0 : en s'appuyant notamment sur le réseau des 27 000 fans sur Facebook et sur Twitter.
- VII. Animations saisonnières sur des thématiques fortes relayées par des jeux en ligne proposant des lots très séducteurs.

## **ACTIONS**

---

- Création du mini-site Alsacez-Vous (la campagne Off Line renverra sur ce site). Un mini-site événementiel présentera des rubriques « tête de gondole » aux internautes : offre de séjour / recettes / hauts lieux touristiques / jeu / météo ...
- Mise en ligne d'un jeu concours permanent évoluant autour des saisons. Ce dernier permettra notamment de collecter de nouvelles adresses pour notre base de contacts destinataires de la newsletter « Tourisme Alsace ».
- I-Alsace sur I-Phone : un contenu très riche sera offert aux utilisateurs de l'I-phone : offre du jour / photos / inscription au jeu / Météo / recettes.
- Campagne CPC (coût par clic) sur le réseau Yahoo
- Campagne CPV (coût par vue) sur des sites ciblés permettant de générer un flux qualifié.
- Campagne d'affiliation.
- Partenariat éditorial avec un site leader en e-tourisme.

## **OBJECTIFS :**

---

- 57 millions d'affichages,
- 500 000 visiteurs,
- 90 000 joueurs,
- 17 000 nouveaux abonnés à la newsletter.