



©Guillaume Lucazeau

#savoieumontblanc

15 avril 2016

Contacts presse

Muriel Della Mea / Émilie Fau
04 50 51 28 20-06 88 73 90 04
Mail : presse@smbtourisme.com

Promotion

Une campagne d'envergure pour faire émerger la destination « Lacs Savoie Mont Blanc »

Repères

« **Un dispositif principalement basé sur un site Internet dédié, une campagne d'affichage digital et Facebook** »

- **264 millions de contacts**

L'audience estimée des écrans digitaux pendant la semaine d'activation dans les gares

- **Entre 1,2 et 1,5 million de vues**

Portée moyenne par post Facebook

Depuis le 14 avril et pour une durée de 5 semaines, les 4 grands lacs de Savoie Mont Blanc vont bénéficier d'une très large promotion, à travers un dispositif de communication dédié. Cette campagne inédite s'inscrit dans la démarche collective initiée avec les territoires des lacs d'Annecy, du Léman, du Bourget et d'Aiguebelette, en vue de promouvoir ensemble une destination « Lacs » à part entière, porteuse d'un important potentiel de développement à l'image des grands lacs italiens.

Un site Internet dédié, avec des contenus à haute valeur ajoutée

Le site de campagne <http://lacs.savoie-mont-blanc.com> plonge littéralement les internautes dans l'ambiance des 4 lacs Savoie Mont Blanc. Organisé en 10 rubriques mêlant infos pratiques, suggestions d'activités, découvertes, hébergements, gastronomie et illustrées à la manière d'un carnet de voyages..., il constitue un véritable socle éditorial décliné sous forme d'articles, photos et vidéos sélectionnées pour leur caractère aussi évocateur que séduisant.

Les gares de France en mode « Lacs Savoie Mont Blanc »

Dans le prolongement de l'objectif d'image, la campagne privilégie l'affichage vidéo digital. 2 films de 10s tourneront pendant une semaine du 14 au 20 avril sur plus de 800 écrans, répartis sur le réseau des gares et RER à Paris et Île-de-France, à Lyon Part Dieu et Perrache ainsi que dans une quinzaine d'autres grandes gares TGV de province. Objectif : toucher plus de 264 millions de touristes potentiels avec 2 spots calibrés pour les segmentations marketing prioritaires de la destination Lacs Savoie Mont Blanc.

Facebook et newsletters pour la relation affinitaire

S'appuyant sur la plus large communauté des destinations Montagne avec plus de 320 000 fans de Savoie Mont Blanc, le volet Facebook se veut également très ambitieux. Plusieurs types contenus pensés pour une viralité maximum seront boostés par un dispositif de sponsoring. Des déclinaisons sont également prévues sur Twitter et Instagram. En complément, une campagne d'e-mailing est activée avec un objectif de recrutement.

Vers un nouveau segment de marché touristique

À l'issue de l'étude de positionnement des lacs de Savoie Mont Blanc opérée en 2015, un nouveau segment de marché a été identifié : le tourisme de lacs. La prochaine étape consistera à définir ce nouveau style de vacances, à la faveur de groupes de réflexion continuant de réunir l'ensemble des socio-professionnels concernés.



POOL AGENCES :

LEON Travel & Tourism,
agence marketing et
communication touristique
Kaptura Films, réalisation
We like travel, social media
agency
Promopress Media, agence
achats médias