

PAGE RÉALISÉE EN PARTENARIAT AVEC L'APACOM
Association des professionnels aquitains de la communication
24, cours de l'Intendance, 33 000 Bordeaux
05.56.51.05.20 | contact@apacom-aquitaine.com
www.apacom-aquitaine.com

#VRAIESVACANCES : LÈGE-CAP FERRET S'AFFIRME EN COMMUNICATION

Etude de cas. Pour affirmer son positionnement, l'Office de tourisme de Lège-Cap Ferret a recentré cet été sa communication autour de la signature « Les vraies vacances ». Une stratégie confiée à deux agences bordelaises.

Non, Lège-Cap Ferret ce n'est pas que le débarcadère du Cap Ferret et la plage, mais une dizaine de villages et autant d'ambiances et d'activités. Pour contrecarrer une image souvent partielle, l'Office de tourisme a décidé de décliner la signature du Bassin d'Arcachon « Les vraies vacances ». « Nous étions convaincus que la variété offerte par la presqu'île était une promesse de ces vraies vacances ! », rappelle Emelyne Rougier, responsable communication de l'Office de tourisme. L'agence AND Digital, accompagnée de l'agence Hashtag Machine, est choisie pour répondre à cet enjeu. Leur choix : partir du concept et du contenu pour les décliner sur les outils de communication, à commencer par la création d'un nouveau site Internet.

#Vraiesvacances est ainsi devenu le mot clé de la nouvelle communication. Définition : n'avoir rien de sérieux à faire et avoir toute la journée pour le faire ! « Nous nous sommes attachés à l'expérience clients, précise Jean-Yves Antigny, directeur de Hashtag Machine, afin d'apporter de vrais conseils et non pas de l'information en vrac. » Tous les contenus sont retravaillés par une bloggeuse afin de nourrir le concept, en s'orientant sous l'angle du conseil et des recommandations. Courts et faciles à lire, ils proposent une offre sélective plutôt qu'exhaustive.

Fournisseurs de vraies vacances

L'opération est lancée lors d'un événement grand public le week-end de l'Ascension, puis d'une journée avec les bloggeurs de la région. A la suite du site Internet, la collaboration avec Hashtag Machine s'élargit alors vers la déclinaison du concept. « La philosophie des vraies vacances doit se traduire dans chacune de nos actions », rappelle Emelyne Rougier. C'est ainsi que l'Office de tourisme réaménage ses locaux et sa scénographie, remet à plat



ses publications, réunit tous les prestataires touristiques pour les inviter à décliner le concept : proposition de petits déjeuners originaux, d'une conciergerie, intégration de la signature dans les communications... chaque professionnel devient un « fournisseur de vraies vacances ». « Nous avons constaté que le concept parle à tout le monde, il crée une émulation aussi bien auprès des touristes que des professionnels », signale Emelyne Rougier. L'été est consacré à faire vivre les contenus, tourner des vidéos thématiques, alimenter les réseaux sociaux autour du thème #Vraiesvacances. Un site mobile, indispensable pour répondre aux usages des vacanciers, est aussi développé. Il propose des informations personnalisées en fonction du lieu ou de l'heure de la journée. La collaboration entre l'Office de tourisme et les deux agences aura ainsi permis de développer une vraie stratégie de communication globale, pour le plaisir des vacanciers ! ■
Marie Dubois, administratrice de l'Apacom

A NOTER

81.320

personnes accueillies l'année dernière à l'Office de tourisme de Claouey et au point info du Cap Ferret

284.500

visites sur le site Internet en 2014

3,45

minutes passées en moyenne sur le nouveau site depuis sa mise en ligne en mai 2015