



DOSSIER DE CANDIDATURE Edition spéciale Galerie 7.5

Si vous êtes une agence, renseignez le client pour lequel vous avez réalisé cette campagne/action.

Si vous êtes annonceur, renseignez la ou les agences qui ont réalisé la campagne/action.

Si votre campagne/action a été réalisée en interne laissez ce champs vide.

Nom de l'entité déposante : **CHARENTES TOURISME**

agence annonceur

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur : **Le Ciré Jaune / Studio Goliath**

NOM DE LA CAMPAGNE : BONS INFINIMENT CHARENTES

QUELLE CATEGORIE ? Cette année, à simple titre indicatif. Un doute sur la catégorie ?
Consultez-les ici > <https://tropheesdelacom.so/le-concours/les-categories/> :

CATEGORIE : EVENEMENTIEL – RELATIONS PUBLIQUES

DATE DE CAMPAGNE : DU 1^{ER} JUILLET AU 1^{ER} NOVEMBRE 2020

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : INTERNATIONAL

À SAVOIR



- Les 11 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, en conservant la mise en page pour des raisons d'équité.
- Aucun autre modèle ne sera accepté.
- Ce Power Point contient 13 slides (pages), vous pouvez développer vos explications en rajoutant, si nécessaire, des slides supplémentaires pour quelques rubriques. Attention, l'ensemble de votre dossier ne doit toutefois pas dépasser 20 slides.

Pour cette édition spéciale {Trophées} La Galerie 7.5, vous avez la possibilité de faire concourir UNE SEULE campagne / action de communication. Celle-ci sera rendue visible sur la Galerie du site www.tropheesdelacom.so et soumise au vote du public. Les 5 campagnes ayant obtenu le plus grand nombre de votes bénéficieront d'une mise en lumière sur un support vidéo. Les autres auront une chance d'être citées à travers des articles « étude de cas » publiés sur les blogs des sites internet des Trophées de la Com. Sud-Ouest, de l'Apacom et du Club de la Com.

Dossier à renvoyer avant le : mercredi 30 septembre 2020

Via le formulaire : www.tropheesdelacom.so/candidatez/

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RESUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .



Slide à remplir en 3 à 5 LIGNES MAX . Ce pitch peut être repris dans notre communication

Afin de soutenir l'économie touristique de leur territoire dans un contexte de crise sanitaire, les départements de Charente et de Charente-Maritime et plusieurs collectivités locales ont financé la distribution de 10 000 bons « Infiniment Charentes » d'une valeur de 100€.

L'opération pilotée par Charentes Tourisme était valable pour tout séjour de particuliers respectant les modalités de participation entre le 1^{er} juillet et le 1^{er} novembre 2020.

Page web dédiée : <https://www.infiniment-charentes.com/bons/>

2 RAPPEL DE LA DEMANDE (Besoin exprimé/motivé par l'annonceur)

- Soutenir la filière touristique des Charentes en période de crise sanitaire
- Proposer une action de communication innovante, singulière et solidaire
- Encourager une répartition équilibrée des flux touristiques par une distribution des bons sur 15 destinations
- Faciliter l'appropriation de l'opération par les partenaires et professionnels
- Stimuler la consommation touristique à la sortie du confinement et sur l'arrière-saison

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

- Soutenir l'ensemble de la filière touristique des Charentes (hébergeurs, restaurateurs, sites de visite et activités de loisirs) en favorisant la consommation des vacanciers
- Apporter un éclairage positif et solidaire sur la destination des Charentes auprès des vacanciers pour les inciter à y séjourner
- Proposer une campagne solidaire et créative, entre nécessité économique, pragmatisme et utilité publique

4 LA PROBLEMATIQUE

- Assurer une distribution efficace de 10 000 bons de 100€ auprès des vacanciers, de manière juste et équitable sur l'ensemble des territoires de Charente et de Charente-Maritime. L'objectif est de favoriser la création de nouveaux flux touristiques et de créer des opportunités de séjour de manière simplifiée sans aucune restriction (pas de limite de ressources) dans un délai de conception contraint (moins d'un mois) en raison du contexte de crise sanitaire
- Proposer une action de relance différenciante au service de l'attractivité de la destination et de la performance des acteurs touristiques locaux

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- Découpage du territoire des Charentes en 15 destinations distinctes pour assurer une distribution équilibrée des bons sur chaque territoire et assurer des retombées pour tous
- 3 justificatifs à fournir favorisant la consommation sur l'ensemble des secteurs d'activité et l'effet de levier de l'opération : un hébergement (2 nuits), un restaurant et une activité
- Création d'une plateforme en ligne unique pour « réserver » un bon et gérer les demandes
- Elaboration d'un règlement favorisant la qualité, en lien avec le travail engagé par la structure
- Mise à disposition d'outils pour favoriser l'appropriation de l'opération par les professionnels
- Agir rapidement et faire preuve d'agilité dans sa conception et son suivi

6 LES CONCEPTS CREATIFS

- Une opération qui s'inscrit dans un plan d'actions renforcé post-confinement qui vise à rassurer et actionner l'achat et déployer des actions et outils collectifs
- L'opération « Bons Infiniment Charentes » constitue l'opération phare de la campagne de communication « #Bonjour ». Cette communication se veut simple, sincère et accueillante à l'image de la destination. Elle porte un retour mesuré aux relations humaines et véhicule des ondes positives.
- Création d'une plateforme en ligne dédiée et d'outils de communication à destination des professionnels pour faciliter l'appropriation et développer le collectif (mise à disposition d'un kit de communication utilisable librement sur leurs propres supports.)

8 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

- Organisation de deux conférences de presse de lancement par vidéo (26 mai et 23 juin 2020)
- Rédaction de deux communiqués de presse de lancement (26 mai et 23 juin 2020)
- Création d'une plateforme d'inscription en ligne et d'un règlement dédié
- Création d'une newsletter « pré-inscrit » pour fluidifier en amont les demandes d'inscription
- SEO : création de contenus dédiés sur le site infiniment-charentes.com et valorisation en HP
- Réseaux sociaux : publications dédiées à l'opération + suivi quotidien des demandes
- Double page dans le magazine grand public « La Charente J'adore »
- Création d'un kit de communication complet, mis à la disposition des professionnels
- Mise en place d'outils de service après vente : marketing automation, traitement des dossiers...
- Qualité : réponse systématique à chaque demande mail et réseaux sociaux
- Travail technique / SAV assuré sur plus de 7 mois



9 EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?

- Mobilisation financière exceptionnelle des collectivités locales (départements et EPCI)
- Fonds publics directement réinjectés dans l'économie touristique des territoires
- Opération à forte valeur ajoutée, avec un sens aigu de l'utilité publique
- Rapidité d'action et agilité collective dans un contexte de crise sanitaire
- Campagne de communication innovante, porteuse d'un sens collectif fort et assumé
- Impact médiatique exceptionnel
- Projet collaboratif avec une vingtaine de collaborateurs impliqués



10 QUELLES SONT LES RETOMBÉES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées...)?

- Reprise médiatique exceptionnelle, représentant une contre-valeur publicitaire supérieure à l'investissement de base des collectivités locales
- Plus de 400 000 connexions sur la page dédiée, dont 120 000 personnes uniques (+50% de trafic)
- 21 000 préinscrits à la newsletter de lancement de l'opération
- Déjà 8 000 bons distribués à travers les 15 destinations des Charentes (toujours en cours)
- 1 € investi par la collectivité génère un effet de levier de 7 à 14 €
- Entre 5 et 10 millions d'euros déjà injectés dans l'économie locale
- Premier [communiqué de presse bilan](#) du 16 septembre 2020

11 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : **CHARENTES TOURISME**
- NOM DE LA CAMPAGNE : **BONS INFINIMENT CHARENTES**

- **OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE** : Soutenir directement l'économie locale et stimuler la consommation touristique par la distribution de 10 000 bons « Infiniment Charentes » d'une valeur de 100€, action financée par les collectivités locales et pilotée par Charentes Tourisme
- **STRATEGIE ADOPTÉE** : Favoriser une répartition équilibrée des flux sur les territoires. Agir rapidement et collectivement pour soutenir les professionnels du tourisme dans un contexte de crise sanitaire. S'appuyer sur 2 leviers de communication prioritaires : le digital et les relations presse.
- **RESULTATS** : Impact médiatique sans précédent pour la destination, effet-levier allant déjà jusqu'à 10 millions d'euros injectés dans l'économie locale.