

Communiqué de presse

08 juin 2022

Emotion, immersion et expérience, au cœur de la campagne été 2022 de l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est

L'Agence Régionale du Tourisme Grand Est lance à partir du 06 juin 2022 une nouvelle campagne de communication. Le plan média basé sur de l'affichage et sur un important dispositif en ligne se déclinera en deux actions, l'une avec un objectif de notoriété et la seconde commerciale.

Objectif

En s'appuyant sur ses six marques de destination : Alsace, La Champagne, Ardenne, Lorraine, Moselle et Vosges, l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est poursuit sa stratégie d'attribution pour faire rayonner le Grand Est et soutenir l'économie touristique régionale via la plateforme d'accélération à la commercialisation qui présente un catalogue de plus de 1500 offres de séjours et activités commercialisés en ligne.

Cible

Visant la cible francilienne au travers de profils tels que les familles, les couples actifs et les séniors de plus de 50 ans CSP +, cette campagne s'adresse aussi aux habitants du Grand Est et à ceux des régions limitrophes (Hauts de France et Franche-Comté).

Parti pris créatif

La campagne se base sur une collection de 12 visuels immersifs, empreints d'émotions, invitant à vivre des expériences fortes. Ils sont accompagnés d'un message incitant chacun à écrire son histoire en Grand Est.

Une campagne en deux volets :

Le premier volet prendra la forme d'une campagne de notoriété. Elle sera déployée pendant 15 jours en gare - via le système d'affichage DOOH – pour favoriser la répétition du message. Du 06 au 17 juin, les visuels seront visibles en gare de Paris (Gare de l'Est, Gare de Lyon et Gare du Nord) mais également en région, dans les gares de Dijon, Metz, Nancy, Strasbourg, Reims et Lille. En complément, jusqu'au 30/06, la campagne sera relayée via un important dispositif en ligne, sur Instagram et sur le web.

Budget Média : 300 000 € / Agence en charge de la création de la campagne : Big Family

Le deuxième volet est une campagne commerciale visant à promouvoir des offres exclusives renvoyant sur la plateforme www.explore-grandest.fr. Du 13 juin au 10 juillet, un dispositif 100% digital poussera activités et séjours auprès des publics ciblés pour inciter à la réservation.

Budget média : 70 000 € / Agence en charge de la création de la campagne : Yuri & Neil