

POINT PRESSE « PLAN DE RELANCE PROMO TOURISME »



LE 22 JUILLET 2022, Yves Foulon, Président du SIBA, en présence des Maires et des représentants des professionnels du tourisme, a présenté le plan de promotion du tourisme du Bassin d'Arcachon, pour relancer la saison estivale fortement impactée par la tragédie des incendies de la forêt de la Teste de Buch.

EN PREAMBULE,

- Le président du SIBA tient à remercier l'ensemble des forces engagées dans la lutte contre l'incendie de La Teste de Buch.
- Les acteurs du Bassin, résidents, entrepreneurs, élus, sont mobilisés, dans un élan de solidarité hors normes. Chacun à sa manière, prend soin des autres et du vivant.

L'esprit Bassin est là et sera toujours là !

- Une détermination sans faille : l'ensemble des professionnels du tourisme du Bassin rassure au quotidien la clientèle sur place et à venir, ils sont à l'écoute et proposent encore de beaux moments de partage et de découverte sur notre destination.

Face à ce drame, le SIBA lance un plan de relance de promotion du tourisme, qui sera opérationnel dès ce lundi 25 juillet.

- Quelques chiffres clés du poids du tourisme sur le Bassin :
 - Poids économique : **760 millions d'euros** injectés dans l'économie locale sur une année
 - Le Bassin d'Arcachon compte **10,8 millions de nuitées** pour **1,8 millions de séjours**. Avec près de 40% de l'offre départementale d'hébergement.
 - **4 millions de Taxe de séjour collectés** dans nos 10 communes en 2021
 - **13 000 offres d'emploi déposées à Pôle emploi entre juin et mai 2022** / 15 841 recrutements (hors intérim) dans l'hébergement et la restauration entre mai 2021 et juin 2022.

UN PLAN DE RELANCE EN 2 PHASES :

Phase 1 : durant la phase active de l'incendie

> le SIBA en contact permanent avec les professionnels du tourisme, qui font un travail formidable !

Il maintient un contact rapproché avec les pros au travers de mailing pour les informer de l'évolution de la situation (ex : accès à la dune, aux pistes cyclables...)

L'esprit Bassin c'est avant tout le collectif !

1/ **Tous les 2 jours un point de situation sur les réservations** : nous partageons un constat : nous subissons de plus en plus d'annulations. Ce qui n'était pas encore le cas le lundi 18.

2/ Depuis le début de cet incendie, le SIBA, tout comme l'ensemble des professionnels, est présent **pour accompagner et rassurer la clientèle présente** et à venir sur les réseaux sociaux en particulier ...

3/ Les **OT et le SIBA se sont organisés** pour tenir à jour un document de travail « en interne » : **lieux ouverts et accessibles depuis l'incendie déclaré**

4/ Et surtout ... **le rôle du SIBA a été de préparer la relance de la saison estivale** par la **mobilisation de tous les professionnels !**

- Le SIBA mobilise les professionnels pour **nourrir les médias et les réseaux des champs des possibles en vacances sur le Bassin....**
- Et ces champs des possibles sur nos 12 communes sont nombreux et il faut le dire et le montrer tous ensemble : **« nos professionnels sont bien présents et que le Bassin reste une destination privilégiée pour les vacances estivales. »**

Phase 2 : à partir du lundi 25 juillet

Notre plan de relance EN 3 POINTS :

- Message, contenu, canal de diffusion d'une campagne PUBLICITAIRE « Coup de poing » #soutien
- ORGANISATION d'un rassemblement de bateaux le mercredi 27 juillet à 17h00
= manifestation populaire des gens de mer en soutien à la commune de la Teste et au Bassin
- SIBA réalise et actualise chaque jour un recueil des dispositifs d'aide à la disposition des PROS du tourisme, sur le site internet du SIBA : <https://www.siba-bassin-arcachon.fr/> .

Ce plan de relance a permis de relayer une image positive dont les médias nationaux se sont emparés (cf : revue de presse) :

Avant ce plan de relance, « touristes et pros inquiets »

Après l'annonce de ce plan de relance, « le Bassin vous accueille » > le message a changé !

Lancement d'une campagne publicitaire de relance en national

1/ Diffusion du spot promotionnel dès lundi 25 juillet



CAMPAGNE DE RELANCE 2022

> spot disponible sur YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=o1IFDgcDcM0>

> spot disponible en téléchargement via Vimeo : <https://vimeo.com/731374098>

- Accroche en intro : rappel du contexte

« Le Bassin d'Arcachon vient de vivre une terrible épreuve, nous avons besoin de vous ».

- Puis énumération du champ des possibles sur le Bassin en valorisant le volet humain : 1 000 rencontres, 340 milliards de couchers de soleil ... **ET 1 seul Bassin !**

- Message de fin :

Merci à tous ceux qui nous soutiennent
Merci à tous ceux qui reviennent.

En résumé, ce que nous voulons dire aujourd'hui à ceux qui nous aiment : Nous soutenir c'est venir ! Pour le dire, nous organisons une campagne coup de poing par des achats d'espaces publicitaires : plus de 100 000 € en 15 jours pour diffuser du positif !

Ce plan se déroule comme suit :

1/ À la télévision :

- Diffusion du spot promotionnel pendant 2 semaines sur France TV (autour de la météo et du journal, à des heures de grande écoute et dans un environnement préférentiel)
- On estime que cette campagne TV va toucher **40 millions de contacts**

2/ Sur le digital :

2 semaines de campagnes sur Paris, Ile de France, Lyon et son agglomération

- Canaux de diffusion :
 - Sur des sites de supports presse nationaux : Le Monde, Le Figaro, Elle, le Point, les Echos, le Parisien, le Dauphiné, La chaîne météo etc...
 - Sur les fils d'actualités des réseaux Facebook et Instagram en vidéo
 - Sur la chaîne Youtube en Pré-roll sur les chaînes tourisme et les mots clés autour du Bassin d'Arcachon
- Au cours de cette campagne sur le digital : 2 millions de spots seront diffusés

Bien entendu, cette campagne s'accompagne de la puissance de nos réseaux sociaux, en particulier sur Instagram – réseau social privilégié pour la cible tourisme & voyage

<https://www.instagram.com/bassindarcachon/>

<https://fr-fr.facebook.com/bassindarcachon/>

En parallèle de notre campagne et des partages de notre communauté, des partenaires locaux et nationaux ont proposé gracieusement leur aide pour diffuser eux aussi notre message :

- ✓ **Le réseau d'affichage JCDecaux** a lancé une opération d'une envergure exceptionnelle qui pourrait permettre de dépasser les 500 000 diffusions de notre spot durant 2 semaines sur leurs écrans digitaux, France entière, entre les semaines 31 et 33.
- ✓ **Le réseau d'affichage Ellipse** propose 40 faces digitales sur son réseau du Bassin et de Bordeaux ; également pour la diffusion d'un spot 10 secondes.

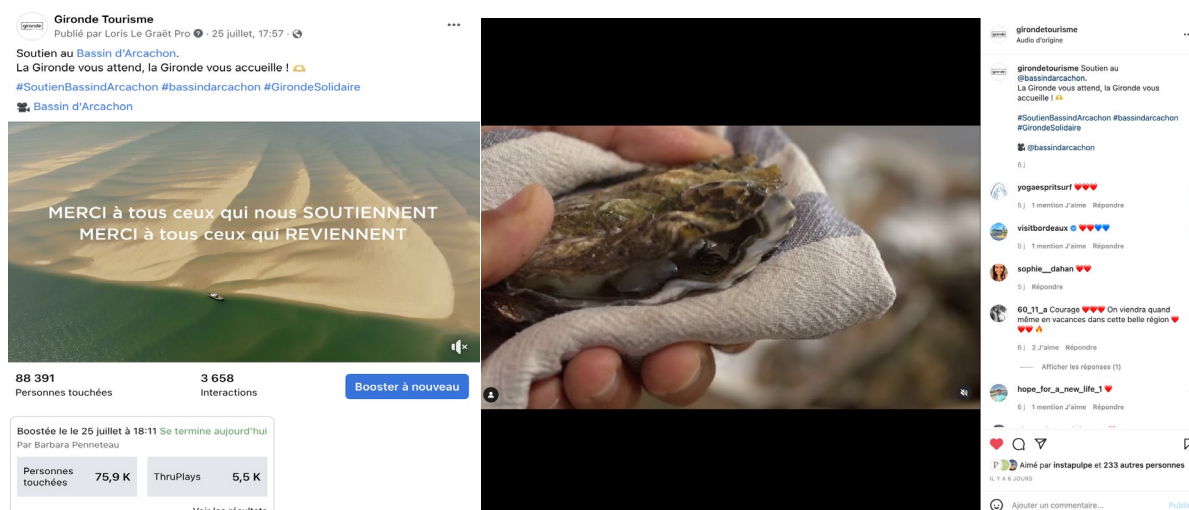


- ✓ **La régie publicitaire de Radio France** qui nous accompagne par ailleurs sur notre campagne publicitaire à l'automne-hiver propose un complément de messages gracieux au dispositif initialement prévu. Radio France Publicité a également posté sur leurs réseaux twitter et LinkedIn un message de soutien.
- ✓ **L'agence digitale LINK** offre gracieusement à la destination une campagne digitale sur Facebook et Instagram pour soutenir le tourisme, soit 150 000 impressions estimées, sur 14 jours.

Nos autres partenaires institutionnels sont également au RDV.

- ✓ **L'ADT Gironde Tourisme** a enclenché très vite une communication « La Gironde vous attend, la Gironde vous accueille ». Elle a sponsorisé notamment notre spot

de soutien sur ses réseaux sociaux, sur Facebook et Instagram, pour une durée de 7 jours, en ciblant les bassins nantais et toulousains.



- ✓ **Le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine (CRTNA)** relaie largement des informations de réassurance et la vidéo de promotion du SIBA, via :
 - un emailing aux contacts grand-public à partir des bases du CRT,
 - une campagne sponsorisée sur les réseaux sociaux en France et à l'international
 - un article dédié sur la page d'accueil des versions françaises et étrangères du site internet du CRT (prêt de 3 millions de visites annuelles).

Le CRT NA a également contacté Atout France, afin d'établir conjointement un plan de relance ad hoc, intégré au plan de relance post-covid de l'opérateur de promotion du tourisme national. Plusieurs contenus ont été produits et seront médiatisés par l'opérateur sur internet et les réseaux sociaux tout au long des mois d'août et septembre (article sur France.fr, campagnes Facebook, Instagram, Twitter et TikTok, etc.)

En outre, les trois structures sont en **lien permanent avec leurs réseaux de prescripteurs** (médias, influenceurs et ambassadeurs du territoire) afin de les inciter à relayer des messages positifs sur la destination, pour voir revenir les touristes dès cet été, notamment par la large diffusion du **communiqué de presse conjoint avec Gironde Tourisme**.

Enfin, le CRT, toujours en lien étroit avec Gironde tourisme, reste en **contact permanent avec les professionnels de la distribution touristique** (tour-opérateurs, agences de voyage), en France et à l'international.

Un emailing spécifique sur la base de contact du CRT (4000 contacts professionnels qualifiés), traduit en 5 langues, présentant l'offre disponible et des informations de réassurance, va leur être diffusé dans les toutes prochaines heures. Les bureaux d'Atout France sont également mobilisés pour relayer ces informations auprès de leurs contacts.

- Des « pastilles courtes » quotidiennes sur nos réseaux présentent un Bassin qui vit, avec le #soutienbassindarcachon :

Un jour sur deux (pour respecter l'algorithme), entre contenus, vidéos courtes et photos, le Bassin sera « raconté » à notre audience

Des exemples : Un Bassin & des envies - Aujourd'hui & demain - Dans la nature & au bord de l'eau - Les villages & les ports etc

Découvrir le Bassin sur l'eau ... : <https://bassin-arcachon.com/comment-decouvrir-le-bassin-sur-leau/>



EXEMPLES DE PUBLICATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Des professionnels ont aussi axés des campagnes sur les réseaux sociaux autour du message « Je soutiens le Bassin », à l'image du groupe Ibis Hotel :



L'objectif pour la destination est **de rester visible au-delà de la tragédie de notre forêt de la Teste, de montrer que le Bassin d'Arcachon « reste un monde à part »**

- Nous sollicitons également des personnalités attachées au Bassin pour des témoignages de soutien sur leur page INSTAGRAM :

avec un hashtag dédié #soutienbassindarcachon et #Bassindarcachon

- Et répéter : Soutenir le Bassin, c'est venir ou (re)venir
- L'esprit Bassin est là et sera toujours là !

- Merci à tous ceux qui font du Bassin un monde à part



EXEMPLES DE PUBLICATIONS CÉLÉBRITÉS

Enfin de manière très symbolique, un rassemblement de bateaux a été orchestré par le SIBA, le mercredi 27 juillet.

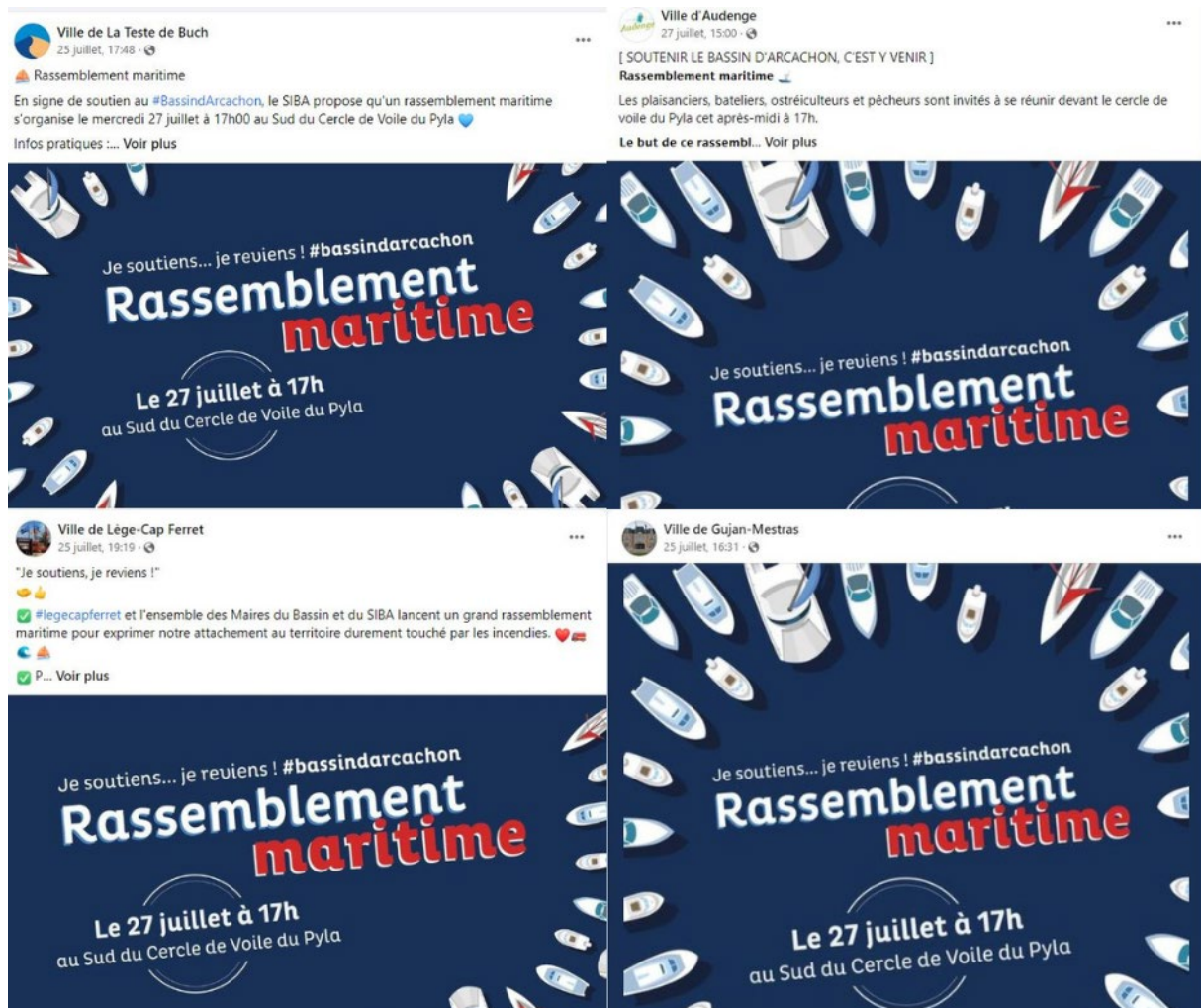
Le Bassin d'Arcachon est un territoire maritime et son plan d'eau en est le cœur. Nos gens de mer ont été mobilisés pour apporter leur soutien, pour montrer aux médias – et donc à tous – le Bassin depuis la mer !

Ce rassemblement se déroulait symboliquement devant le cercle de voile du Pyla (commune de la Teste), **avec en toile de fond la grande dame le jour de sa réouverture au public !**

Une photo aérienne en drone a été réalisée pendant le rassemblement et diffusée par l'ensemble des TV le soir même :



Quelques exemples de relais de l'événement par les communes :



Plus que jamais, le SIBA maintient sa stratégie de communication prévue pour faire découvrir le Bassin en automne-hiver :

- L'encartage de notre « Journal de Bord », magazine de destination, dans le Figaro Magazine le 9 septembre prochain, à destination de l'ensemble de ses abonnés Ile de France
- La diffusion de spots radios sur octobre, novembre et décembre prochain, sur les antennes et les podcasts de Radio France (France Inter, France Info, France Culture) et de RTL (autour des émissions d'information notamment)
- L'organisation d'accueil influenceurs et presse pour faire connaître la destination et ses professionnels en hors saison.