



PLAN MARKETING PAQUETS TOURISTIQUES



Table des matières

1. Identité visuelle :	3
1.1. Logo	3
1.2. Slogan	3
1.3. Charte graphique	3
2. Marketing conventionnel	4
2.1. Supports de communication traditionnels	4
2.1.1. Affiches (A3, A2)	4
2.1.2. Insertion publicitaire dans la presse	4
2.1.3. Dépliants 4 volets	4
2.1.4. Pochettes à rabat	5
2.2. Diffusion dans la presse spécialisée	6
2.3. Reportage photo	7
2.4. Réalisation d'un clip vidéo promotionnel	7
3. Marketing non conventionnel	8
3.1. Réseaux sociaux et marketing viral	8
3.2. Application en réalité augmentée	8
4. Évènementiel	9
4.1. Évènements régionaux	9
4.2. Évènements internationaux	9

1. Identité visuelle :

Lors du comité de pilotage du 17 avril 2019, le partenariat a décidé que compte-tenu des marques déjà existantes au sein des différentes régions partenaires qui seront utilisées pour commercialiser les paquets touristiques, le projet ne visait pas à créer une nouvelle marque distincte qui risquait de créer de la confusion dans l'image de marque. Aussi, le partenariat a décidé que l'identité visuelle consisterait à reprendre le logo du projet TERRAGIR 3, en ne reprenant que le dessin du moulin à vent et en l'intégrant aux logos des marques régionales utilisées pour commercialiser les paquets touristiques.

A ceci, s'ajoutera un slogan spécifique pour les paquets touristiques. L'ODARC en tant que responsable du plan marketing proposera plusieurs possibilités et le slogan retenu sera décidé lors d'une réunion technique du projet entre les partenaires.

De plus, il sera fait par l'ODARC une proposition de plusieurs déclinaisons de charte graphique pour la promotion des paquets touristiques, présentant l'intégration de ces deux éléments (le moulin à vent du logo TERRAGIR3 ainsi que le slogan) au sein des marques régionales ainsi qu'une police spécifique pour le slogan et pour la rédaction des documents de promotion et un code couleur. Ces éléments sélectionnés constituent l'identité visuelle des paquets touristiques.

1.1. Logo

Le partenariat a décidé que pour assurer une bonne compréhension de l'image de marque des paquets touristiques tout en s'intégrant efficacement dans les marques territoriales existantes chargées de promouvoir les paquets touristiques pour chaque région, seul l'élément graphique du moulin à vent du logo TERRAGIR3 serait employé pour venir enrichir les logos des marques territoriales.



1.2. Slogan

Le slogan sera le deuxième élément concourant à l'identité visuelle des paquets touristiques et à l'homogénéisation de l'identification de ces paquets au sein des différentes marques régionales utilisées pour leur commercialisation. Ce slogan se déclinerait en français, italien et anglais. La traduction littérale ne sera pas systématiquement employée et il pourra y avoir une légère variation de traduction afin de traduire au mieux le message/la promesse du slogan dans chacune des langues. Il viendra enrichir le logo des marques régionales (intégrant le logo TERRAGIR3) et sera repris dans l'ensemble des outils de promotion des paquets touristiques.

1.3. Charte graphique

En plus de ces deux éléments d'identification visuelle, le projet définira la police du slogan, celle à privilégier pour la rédaction des outils de communication des paquets touristiques ainsi que le code couleurs à reprendre sur l'ensemble des outils de communication. L'ODARC en tant que responsable du plan marketing proposera plusieurs possibilités de charte graphique, que le partenariat choisira en réunion technique.

Pour faire ces propositions, l'ensemble des partenaires doit fournir à l'ODARC la charte graphique des marques territoriales utilisées pour la commercialisation des paquets touristiques et ce afin de trouver une solution qui s'harmonisera au mieux au sein de l'existant. L'ODARC fera appel à un prestataire externe (graphiste) pour les propositions de la charte graphique afin également de s'assurer d'une solution professionnelle en haute définition (format vectoriel).

2. Marketing conventionnel

2.1. Supports de communication traditionnels

Afin de constituer une base suffisante de supports de communication pour la promotion des paquets touristiques, il est proposé au partenariat que l'ODARC fasse réaliser par un prestataire (graphiste) les maquettes des supports de communication suivants :

2.1.1. Affiches (A3, A2)

Ces affiches permettront de communiquer lors d'évènements mais également d'être distribuées pour être affichées chez les différents acteurs impliqués dans les paquets touristiques (Tour Operator, agences de voyages, offices de tourisme, partenaires institutionnels, exploitants et artisans présents dans les paquets touristiques...)

2.2. Diffusion dans la presse spécialisée

Afin de promouvoir les paquets touristiques du projet, il semble également intéressant d'assurer une présence promotionnelle dans la presse spécialisée et les compagnies aériennes. Cependant le budget étant élevé pour les cibles à atteindre, cette option est donc à discuter avec le partenariat en fonction du budget disponible.

2.2.1. Reportage photo

Il serait intéressant pour la promotion de constituer une banque d'images de qualité et libre de droit. Aussi, l'ODARC propose de faire réaliser un reportage photo permettant d'illustrer les prestations proposées par les paquets touristiques sur l'ensemble du territoire du partenariat. Afin de faire baisser les coûts de ce reportage photo, il pourrait être intégré à la prestation de prise vidéo pour le clip promotionnel. Cette prise d'images pourrait être envisagée lorsque les paquets touristiques sont finalisés. Les photographies seraient utiles pour de nombreux produits et médias : les maquettes des supports promotionnels, les systèmes de réservation en ligne, les pages Facebook et Instagram des paquets touristiques....

2.3. Réalisation d'un clip vidéo promotionnel

L'ODARC suggère de réaliser un film promotionnel permettant de présenter l'offre des paquets touristiques sur l'ensemble du territoire et les expériences proposées dans ce cadre. 4 séquences d'environ 30 secondes, réalisés par chaque région, pourraient être prévues. L'Odarc prendrait en charge le coût lié au montage des clips vidéos pour en monter un seul et unique de l'ensemble des paquets touristiques. Les partenaires doivent sélectionner les prestations des paquets touristiques à présenter dans ces vidéos car elles ne pourront être exhaustives. Nous pouvons envisager 4 ou 5 activités différentes présentées par région. Comme pour le reportage photo, nous pensons qu'il serait stratégique de combiner cette prestation avec le reportage photo de manière à faire baisser les coûts.

3. Marketing non conventionnel

3.1. Réseaux sociaux et marketing viral



L'ODARC propose pour la présence des paquets touristiques sur les réseaux sociaux de créer un profil Facebook et un profil Instagram avec des pages associées. L'ODARC serait administrateur des deux pages et les animerait. Ces deux outils ont été identifiés comme les plus pertinents en terme de public visé pour assurer la promotion des paquets touristiques sur les réseaux sociaux et la réalisation d'actions de type marketing viral. Elles seront animées par l'ODARC jusqu'à la fin du projet TERRAGIR3 en français, italien et anglais.

En effet, Instagram est un outil privilégié par les influenceurs surtout ceux dans le secteur du tourisme. Cette présence sur ce média renforce le besoin d'une banque d'images de qualités et libre de droit. C'est un outil qui permet d'utiliser certains dispositifs de marketing viral (concours, invitations, recommandations...) avec une grande facilité et une grande efficacité.

Par ailleurs, Facebook reste un réseau social incontournable qui permet de se lier rapidement avec les institutionnels et les professionnels du secteur tout en touchant un public de prospects très large. On peut également envisager de lier les publications de la page Facebook avec celles des pages des marques régionales commercialisant les paquets touristiques, ce qui augmentera alors le nombre de publications de la page et la fera vivre sur le réseau social de manière plus active et plus large.

3.2. Application en réalité augmentée

Comme évoqué dans le formulaire de candidature par le chef de file, il serait intéressant et innovant de développer une application en réalité augmentée afin de faire la promotion des paquets touristiques.

4. Évènementiel

4.1. Évènements régionaux

Les évènements régionaux sont l'occasion de promouvoir le lancement régional des paquets touristiques sur chaque territoire mais également de s'en servir pour assurer une conférence de presse. C'est ainsi l'opportunité pour le projet de s'assurer d'une publicité dans la presse à un moindre coût avec un contenu rédactionnel. Aussi l'ODARC suggère que les évènements régionaux puissent être organisés par les partenaires et dédiés à la présentation des paquets touristiques. Ceci est également l'occasion de présenter le concept à des adhérents et acteurs potentiels. Mais il est également possible de profiter d'un évènement régional type foire afin de présenter les paquets touristiques et d'élargir le réseau de prospects. Quelle que soit la modalité choisie, il s'agit d'assurer la présence du projet à au moins un évènement local par région. En Corse, le projet TERRAGIR3 et en particulier les paquets touristiques ont été présenté lors de la Foire du tourisme rural de Filitosa du 02 au 04 août 2019.

4.2. Évènements internationaux

Compte tenu du contexte actuel, nous n'envisageons plus de réaliser un évènement à l'international.

Modifications du plan marketing du projet TERRAGIR3 suite au contexte sanitaire

Le projet TERRAGIR3 ayant connu le contexte sanitaire de la COVID19, un certains nombres d'éléments du plan marketing n'ont pas pu être réalisés comme prévu initialement, car il a fallu pour le projet s'adapter aux contraintes de déplacement et d'impossibilité de manifestations publiques.

Aussi, l'ODARC n'a pas réalisé la partie événementielle du plan. Les supports de communication qui été liés (plaquettes, dépliants, goodies, etc...) ainsi que les outils de communication non conventionnels qui auraient permis de venir communiquer sur les événements promotionnels n'ont donc pas été réalisés. Enfin, pour des contraintes de déplacement, il n'a pas été possible de faire réaliser un reportage vidéo transnational afin d'obtenir un clip promotionnel. L'application en réalité augmentée a également été abandonnée pour ces mêmes raisons.

Afin de pouvoir tout de même communiquer sur les paquets touristiques et de montrer au public ce qui pouvait être proposé pendant le projet mais également dans le futur de TERRAGIR3, l'ODARC a choisi de faire réaliser une exposition photographique dans ses locaux, ce qui permet d'envisager une promotion des paquets touristiques de manière pérenne, et d'être réalisée malgré le contexte sanitaire, dans la période de vie du projet TERRAGIR3.