



« POUR TOUS CEUX QUI ONT UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE »

LA DESTINATION BOURGOGNE DEVOILE SA NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Dès le 18 mars, la marque **Designed by Bourgogne** s'affiche à travers une campagne de communication complice, contemporaine et légère.

L'occasion de renforcer le nouvel ADN publicitaire de la destination pour la quatrième année consécutive, auprès des clientèles parisiennes, marché essentiel pour les professionnels et les sites.

Cette stratégie, déjà couronnée de plusieurs prix nationaux s'inscrit, comme pour l'essentiel des régions, dans un contexte de forte concurrence qui incite à agir de la façon la plus efficace et compétitive possible pour soutenir l'économie touristique qui, en Bourgogne, pèse environ 6 % du PIB.

Construite dans une logique de *storytelling*, un mode de communication qui permet une meilleure implication des cibles - elle met en scène une collection de situations clin d'œil dans un ton intimiste et humoristique. Marque forte, marque complice, **Designed by Bourgogne** affiche sa personnalité cette année encore et se positionne comme une réponse aux attentes des consommateurs. Présentée en avant première devant les offices de tourisme de la destination Bourgogne en février dernier, cette campagne 2019 a été construite par le **Collectif Tourisme Bourgogne** qui applique depuis quatre ans un **plan marketing partagé**, une action forte d'intelligence territoriale qui mettant en commun une vision et des ressources pour plus de cohérence et d'impact. Il est constitué de cinq partenaires depuis le départ de la démarche : les quatre **Agences de Développement Touristique (ADT) de la Côte-d'Or, de la Nièvre, de la Saône-et-Loire et de l'Yonne** et **Bourgogne Franche-Comté Tourisme (CRT)**.

Du 18 au 27 mars 2019, la Bourgogne se déploie ainsi sur une campagne d'affichage sur les quais du métro parisien (100 affiches) et sur le mobilier très qualitatif des entrées de métro (140 affiches principalement sur les grandes artères shopping de la capitale). La marque compte également capitaliser sur les médias sociaux en racontant de nouvelles histoires imaginées spécifiquement pour ces canaux essentiels et développées sur une série de formats Facebook et Instagram.

Parler à ses cibles, c'est d'abord les laisser s'exprimer : le parti-pris puissant et contemporain de cette campagne 2019 qui tranche avec la communication traditionnelle des destinations pour être mieux entendu et mémorisé. **Rappelons que le post-test de la précédente campagne Designed by Bourgogne réalisé par l'institut Ipsos en 2018 avait montré comment le ton de la marque était pertinent et multipliait par trois l'envie de venir.**

Au total, 10 histoires initiées sur les affiches, développées sur 15 supports social média et 6 pages internet de campagne dédiées, et personnalisées par département.





POUR TOUS LES JOGGEURS DU MÉTRO
OPTION FITNESS « ESCALATORS », VENEZ AUSSI USER VOS BASKETS DANS LE MORVAN.

ON A TOUS UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE

Morvan

Designed by Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

POUR TOUS CEUX QUI N'ONT NI LE PERMIS, NI LE SENS DE L'ORIENTATION, PARTEZ SUR UN CANAL AUX COMMANDES D'UN BATEAU. C'EST TOUT DROIT !

ON A TOUS UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE

Escalade nature du Canal du Nivernais

Designed by Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

POUR TOI L'AVENTURIER AUX PAPILLES AFFÛTÉES, TON ROAD TRIP AU CŒUR DES VIGNES COMMENCE SUR LA ROUTE 71.

ON A TOUS UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE

Route71 Bourgogne du Sud

Designed by Bourgogne

Destination Saône & Loire

bourgogne-tourisme.com

POUR LES PARENTS EN MODE APNÉE TOUTE LA SEMAINE, RESPIREZ EN FAMILLE LE WEEK-END.

ON A TOUS UNE BONNE RAISON D'ALLER EN BOURGOGNE

Valée du Cousin

Designed by Bourgogne

bourgogne-tourisme.com

Posts facebook format carrousels



Retrouvez l'inspiration au MBA Dijon



Même les toits sont lookés : regardez !



Programmez un changement de mobilier



Customisez votre palette couleurs



Laissez-vous émerveiller



Dans le même temps, la nouvelle édition du magazine Designed by Bourgogne vient de paraître, avec une interview de Lambert Wilson, une rencontre avec Thierry Marx, un voyage en forêt, une plongée dans le quotidien d'un domaine viticole, une rencontre avec des designers talentueux installés en Bourgogne...

Designed by Bourgogne, aux côtés des quatre agences de développement touristique de Bourgogne, est une marque portée par Bourgogne-Franche-Comté Tourisme ; ce dernier équilibre ses actions entre trois marques de destination : Designed by Bourgogne, Montagnes du Jura et Vosges du Sud, et quatre filières organisées à l'échelle du périmètre de la nouvelle région Bourgogne-Franche-Comté : Itinérances (randonnées, tourisme fluvial, vélotourisme), Patrimoine (cités patrimoniales, visites culturelles, sites UNESCO, gastronomie et oenotourisme), Oenotourisme et Tourisme d'affaires.

FICHE TECHNIQUE

Plan média :

- **Affichage** dans le métro à Paris pendant 10 jours (du 18 au 27 mars)
100 stations couvertes indoor /outdoor (50 % du réseau métro)
Plus de 60 millions de contacts estimés

- Une campagne développée sur le web avec la diffusion de **posts Facebook sponsorisés en formats immersifs carrousels et canvas** : objectif = multiplier les points de contact avec une audience ciblée et augmenter la portée de publications orientées sur les messages de campagnes.
*Plus de 2 millions de vues estimées**

- La présence parisienne est complétée par la **diffusion du magazine Designed by Bourgogne** à une sélection d'abonnés du magazine *Elle*, aux lecteurs de 20 Minutes et aux clients des boutiques Relay H en gares parisiennes.

*projections réalisées en regard des objectifs et investissements médias

CONTACTS

CÔTE-D'OR TOURISME

Elodie JACOPIN – Assistante communication : assistante-communication@cotedor-tourisme.com

