

UNE CAMPAGNE « RENVERSANTE » POUR CONTINUER DE DÉVELOPPER LE TOURISME !

Dans un contexte touristique ultra-concurrentiel et une période aux enjeux touristiques importants (Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, Franciliens désireux de se mettre au vert, passage de la flamme olympique, Tour de France à Orléans ...), Orléans Métropole et son office de tourisme, « bras armé » pour l'attractivité touristique de la « Destination Orléans Val de Loire », ont décidé cette année de mettre en place une campagne de promotion touristique ambitieuse et impactante !



Pour 2024, le choix s'est porté sur un concept créatif innovant destiné à interpeller. Tout en mettant en avant des atouts touristiques naturels et patrimoniaux du territoire (la Loire, la Cathédrale d'Orléans, l'art de vivre, la détente ...), cette campagne va rappeler que « Destination Orléans Val de Loire », marque territoriale touristique du territoire, n'est qu'à 1h de Paris et invite à venir et vivre des expériences « renversantes » le temps d'un grand week-end ou plus.

À partir de fin mars et pendant plusieurs semaines, une grande campagne promotionnelle touristique d'affichage va se déployer à Paris (120 panneaux dans le métro parisien dans des stations stratégiques comme Champs Elysée-Clemenceau, Hôtel de ville, Montparnasse, Invalides ...), à Londres (30 panneaux dans les stations majeures de la capitale britannique telles qu'Oxford Circus, Piccadilly ou Covent Garden), à Bruxelles (64 panneaux dans les stations les plus emblématiques de la capitale belge telles que Bourse, Louise, Noordstation, Zuidstation, Centraalstation...), à Amsterdam sur 67 panneaux d'affichage en centre-ville et en Allemagne, sur 19 grandes affiches sur les quais de station à Cologne.

Pour compléter et optimiser ce dispositif d'envergure, l'office de tourisme a conclu un partenariat avec SNCF Connect (célèbre plateforme de réservation aux 15 millions de visites mensuelles) et Atout France (organisme national de promotion de la France) afin de mettre en avant sur la plateforme les offres de « Destination Orléans Val de Loire » et inciter les potentiels voyageurs à découvrir notre territoire. Par ailleurs, 13 salons sont d'ores et déjà en 2024 (tourisme de loisirs, d'affaires ou sportif) où les équipes de l'office de tourisme iront à la rencontre des individuels, groupes, comités d'entreprises, organisateurs de congrès ou séminaires, fédérations ou clubs sportifs... afin de les séduire et les inciter à venir et/ou à organiser leurs événements dans l'Orléanais.

Un dispositif qui vient compléter une campagne départementale

En parallèle et en amont de tout cela, et pour amorcer cette montée en puissance, une campagne digitale sur le Parisien.fr est déployée pendant tout le mois de mars, afin d'accompagner la campagne touristique réalisée en partenariat avec Tourisme Loiret dans le métro parisien (100 à 200 affiches dans le métro parisien pour l'ensemble des offices du tourisme du Loiret). Pendant une semaine entière, cette campagne complémentaire sera destinée à inciter les Franciliens à réserver leurs séjours (ponts de mai, week-ends, vacances de Pâques et estivales...)



Germain FOURNIER, chef de projet presse
Orléans Métropole

02 38 79 29 98 / 06 77 27 93 38
germain.fournier@orleans-metropole.fr