



ACTEURS DU TOURISME ET DES LOISIRS

VALORISER LES ATOUTS TOURISTIQUES DE VOTRE
DESTINATION ET GAGNER EN ATTRACTIVITÉ



CONSTATS

La crise sanitaire qui a touché de plein fouet le secteur du tourisme a aussi accéléré sa mutation.

Les grandes tendances sociétales présentes avant la crise se sont accentuées et les deux dernières années de pandémie ont été des accélérateurs de ces nouveaux comportements et attentes des touristes :

Prise de conscience environnementale

Désir d'une consommation raisonnée

Remise en cause du tourisme de masse et recherche d'un tourisme plus authentique, plus éco-responsable

Emergence du slow tourisme

Quête de sens

Digitalisation des usages



QUELLES SERONT LES GRANDES TENDANCES DU VOYAGE EN 2022 ?



VOYAGER RIMERA AVEC BIEN-ÊTRE

79 % des voyageurs français affirment que voyager contribue davantage à leur santé mentale et émotionnelle que d'autres formes de repos et de détente.





UN TOURISME DE PLUS EN PLUS RESPONSABLE

Après le souci de l'environnement et de la biodiversité en 2021, le respect des destinations et de la population locale entre en jeu en 2022.

56% des voyageurs Français interrogés souhaitent « *vivre des expériences authentiques et représentatives de la culture de leur destination* ».

Une tendance qui s'accompagne également d'un respect de l'environnement et des traditions des populations locales.

LA PRÉFÉRENCE AUX VOYAGES DE PROXIMITÉ

C'est un concept que l'on appelle désormais « staycation » et qui fait référence au tourisme intérieur : prendre des vacances dans son propre pays au lieu de partir à l'étranger.

Il faut s'attendre à ce que l'année 2022 soit encore sous le signe du tourisme de proximité. En effet, la sécurité et la flexibilité sont deux facteurs prépondérants dans le choix de la destination.





VOUS
ACCOMPAGNER
TOUT AU LONG DE
VOS **PROJETS** DE
COMMUNICATION



POUR RÉPONDRE À CES ENJEUX MAJEURS

**CRÉER UNE COMMUNICATION DE
CONTENUS POUR PORTER LA
DESTINATION AUTOUR DES
ASPIRATIONS DES VOYAGEURS**

**FAIRE RAYONNER LA
DESTINATION EN AMPLIFIANT
SA VISIBILITÉ ET EN RÉPONDANT
AUX NOUVEAUX USAGES**



**CRÉER UNE COMMUNICATION DE CONTENUS
POUR PORTER LA DESTINATION AUTOUR DES
ASPIRATIONS DES VOYAGEURS**



QUEL OBJECTIF ?

Montrer que la destination répond aux nouvelles aspirations des voyageurs.

COMMENT ?

Créer ou stimuler un contenu éditorial inspirant autour des attentes des consommateurs : authenticité, proximité, eco responsabilité...

Sélectionner des Médias "Brand Safety" : garantir un environnement éditorial sécurisé pour votre marque





DES SOLUTIONS DE PRODUCTION SUR-MESURE

Contenu optimisé pour le web, , publicités online et offline, vidéo, podcast, programmes TV, Brand Content, posts réseaux sociaux... Sud Ouest Publicité réunit toutes les expertises.

CRÉER DU CONTENU **PERTINENT** ET **DIFFÉRENCIANT**

NOTRE APPROCHE

1. Définir son coeur de cible et construire ses personas

Cette étape permet de déterminer quels canaux sont à privilégier, quel type de contenus et sujets intéressent nos cibles afin de leur proposer les plus pertinents.

2. Définir une ligne éditoriale

Elle instaure un cadre pour la création de l'ensemble des contenus. Expression directe de l'identité et du positionnement de la marque, celle-ci doit illustrer sa personnalité. Elle précise le style, la tonalité, le champ lexical...

3. Déterminer les objectifs

Attirer, fidéliser, convertir, engager....





PRODUCTION

CONTENU EDITORIAL



CONTENUS WEB

Pour votre **site** : page catégorie, fiches produits, livres blancs...

Pour vos **réseaux sociaux**

Pour votre **blog** : articles de blogs autour d'une thématique ou d'une rubrique précise

EDITION DÉLÉGUÉE

Produire des contenus de référence (portraits, enquête, interview, récit...) avec toute l'expertise de notre équipe de journalistes

Sud Ouest Partenaire.



PRODUCTION

CONTENU VIDÉO

De la conception à la réalisation de vos projets audiovisuels

Le Groupe Sud Ouest a renforcé le développement de son pôle Image avec l'acquisition de Digivision.

Digivision est une agence de production audiovisuelle qui conseille et accompagne, depuis plus de 20 ans, diffuseurs, annonceurs et organisateurs dans les domaines du journalisme de télévision, de la captation d'événements, de la communication et de la publicité.

Présente dans toute la France à travers un réseau de 9 agences, Digivision est organisée autour de 3 activités, **PROD, NEWS et MAGS**. Son expertise couvre les métiers de rédaction, de réalisation, de conception, de production, de direction technique et de direction de développement.

Exemples de réalisations →

**DIGI
VISION**



PROGRAMME SUR MESURE



Emission spéciale, débat, programme court, sont des formats qui peuvent être utilisés dans le cadre d'une stratégie de production de contenus de marque.

L'enseigne ou la marque est associée à un rendez vous plus ou moins régulier sur TV7 avec un traitement magazine de type contenu de marque. L'idée étant de se positionner la marque ou l'enseigne sur son territoire et ses valeurs.

Le plus souvent pensé dans esprit de partenariat, le contenu est défini en collaboration avec le partenaire et élaboré avec les rédacteurs de la chaîne.



**S'APPUYER SUR LA
NOTORIÉTÉ DES MARQUES
DU GROUPE SUD OUEST
POUR PORTER VOS
CONTENUS**



LES MARQUES DU GROUPE DU SUD OUEST

Crédibilité, authenticité et proximité pour vos communications en local ou en national





DES MARQUES PRIVILÉGIÉES POUR **S'INFORMER**

QUOTIDIENS DU SUD OUEST

2 196 000 lecteurs
chaque semaine en
version papier ou
digital
soit **59.2%** de
couverture

SUD OUEST DIMANCHE

880 000 lecteurs
chaque semaine soit
23.7% de couverture

LE MAG

930 000 lecteurs
chaque semaine soit
25.1% de couverture

TV7

173 800 individus de
Gironde ont regardé
la chaîne **TV7** au
cours des 7 DERNIERS
JOURS soit
13.5% de couverture

TVPI

86 500 individus du
Pays Basque et Sud
Landes ont regardé la
chaîne **TV7** au cours
des 7 DERNIERS JOURS
soit
18.7% de couverture



ADRESSER UN PUBLIC EN QUÊTE D'INSPIRATION AVEC LES QUOTIDIENS DU SUD OUEST

> **38,4 %** de nos lecteurs privilégient des **vacances en France** plutôt qu'à l'étranger
(vs 32,2 % de la population sur nos 7 départements)

> **22,1 %** de nos lecteurs sont influencés par les Articles sur les vacances / voyages
dans les journaux / magazines pour leurs vacances
(vs 20,7% de la population sur nos 7 départements)



**INTÉGRER AU COEUR DE
NOS ENVIRONNEMENTS
ÉDITORIAUX AVEC LES
FORMATS NATIFS**



QUOTIDIENS DU SUD OUEST

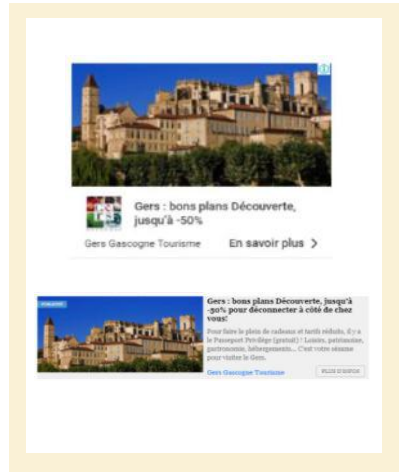
GAMME NATIVE CLASSIQUE



PUBLI WEB

100% exclusivité sur 3 ou 4 jour Home page ou fil d'actualité

Mode d'achat au forfait



MULTI FORMATS NATIFS

Pavé + appel publi
Tous devices.

CPM 6 €HT



PAGE GRAND ANGLE

Valoriser vos engagements, vos valeurs... à travers un format publi rédactionnel intégré dans les pages d'actualité du journal.



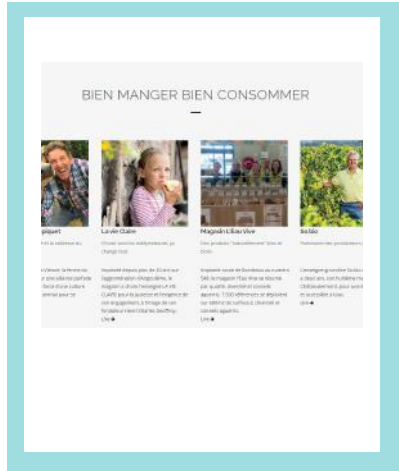
PAGE PARTENAIRE

Co-construction d'un concept éditorial pensé et créé par les journalistes de l'agence Sud Ouest Partenaire.



QUOTIDIENS DU SUD OUEST

GAMME NATIVE PREMIUM



PUBLISCOPE

Site dédié qui héberge des contenus réalisés par nos équipes avec auto promotion sur nos sites et applis via des formats display natifs.



VIDEO COEUR D'ARTICLE

Vidéo 16/9ème au sein d'une page article



SUPPLÉMENT MONO ANNONCEUR

Une prise de parole Grand Format au coeur de nos quotidiens.
Format : 4 ou 8 pages
Les textes et infographies peuvent être réalisés par nos équipes dédiées par les journalistes de l'agence Sud Ouest partenaires.



TV LOCALES

GAMME NATIVE



PUBLI INFO 1'

«Fondre» un contenu publicitaire au sein du flot éditorial.

Réalisation encadrée par un rédacteur.

Diffusion 7 ou 14 jours.

Mise à disposition pour utilisation sur vos propres canaux



PUBLI INTERVIEW 3 QUESTIONS

Présentation de votre marque.

Illustration avec des infographies.

Tournage plateau.

Diffusion 7 ou 14 jours.

Mise à disposition pour votre site et vos réseaux sociaux.



**FAIRE RAYONNER LA DESTINATION EN
AMPLIFIANT SA VISIBILITÉ ET EN RÉPONDANT
AUX NOUVEAUX USAGES**

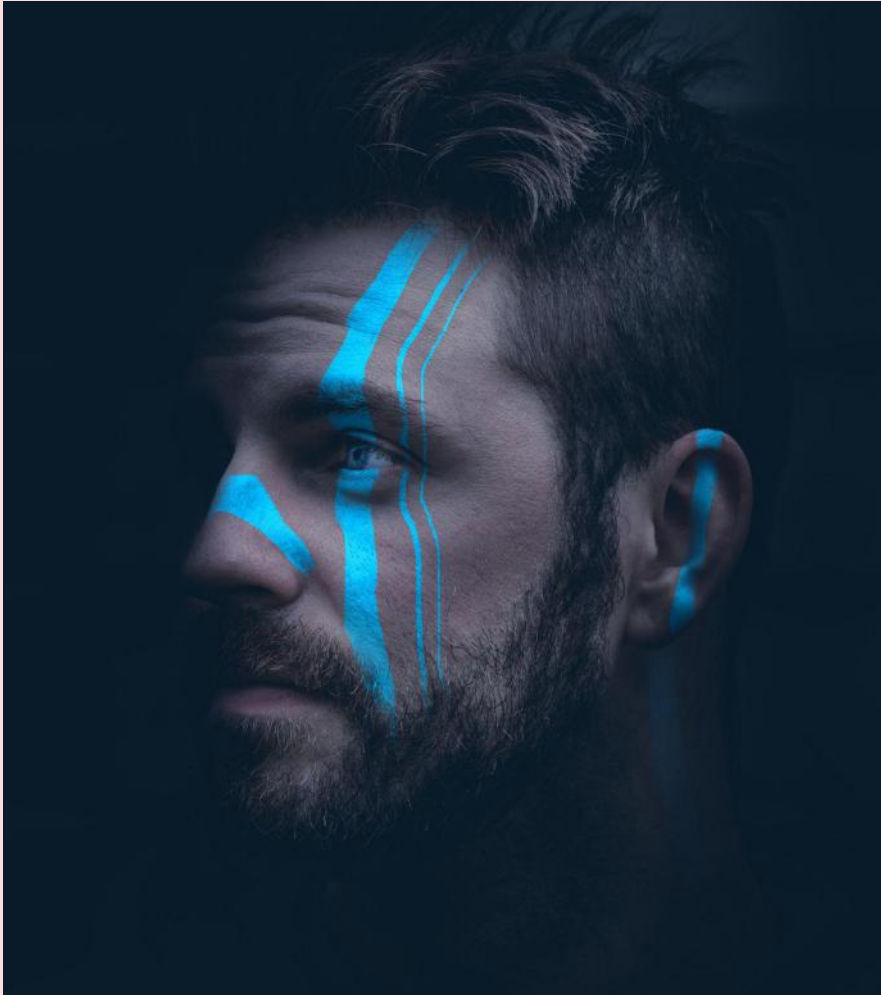


QUEL OBJECTIF ?

Émerger face à des destinations comparables, accroître sa notoriété pour en favoriser son attractivité

COMMENT ?

En mettant le digital au coeur de la stratégie afin de répondre au mieux aux usages.





INFLUENCES LOCALES : LE CONCEPT

UNE CHARTE

pour les influenceurs locaux de Nouvelle Aquitaine

UNE ÉQUIPE

d'influenceurs locaux de plusieurs univers

DES EXPERTS

pour vous accompagner dans vos campagnes d'influence marketing,
pour un temps fort ou sur le long terme

DES PROPOSITIONS

DE COLLABORATIONS CRÉATIVES

avec des influenceurs de l'équipe Influences Locales ou des influenceurs
sourcés pour votre projet

**infl
uen
ces**
LOCALES



SÉDUIRE VOS CIBLES AVEC UNE CAMPAGNE TV

Grâce aux données de localisation, sociodémographiques, de consommation tv, d'affinité adresser des campagnes personnalisées en TV via le flux linéaire (TV segmentée) et/ou via le replay TV.

TV SEGMENTÉE



La publicité prend la place d'un **spot diffusée dans le flux des pubs** visibles habituellement sur la TV,

Le téléspectateur A verra le flux national, et le téléspectateur B verra une publicité ciblée

Spot de **15,20 ou 30 secondes** et validé par l'ARPP.

REPLAY TV



La publicité est diffusée en **pré-roll d'un programme** que l'internaute visionne à la demande sur TV connectée (IPTV) ou sur appareils mobiles (PC, tablette, mobile),

Dans le cadre de la TV connectée, le spot n'est pas cliquable.
Spot de **10 à 30 secondes**, validé par l'ARPP



Développer l'attractivité de votre marque dans des lieux du quotidien de manière ludique et créative

Le DOOH ou Digital Out Of Home, littéralement en dehors de chez soi, fait référence à la **publicité extérieure numérique**. Il comprend toutes les publicités diffusées dans des lieux publics sur des écrans digitaux et dépend d'un système d'achat programmatique.

Un **média de proximité** au plus près du quotidien des français qui permet de cibler les consommateurs dans leur trajets quotidiens puisque ces panneaux sont positionnés à divers endroits partout en France : dans les transports, dans les centres commerciaux, dans la rue, dans des centres médicaux, ...





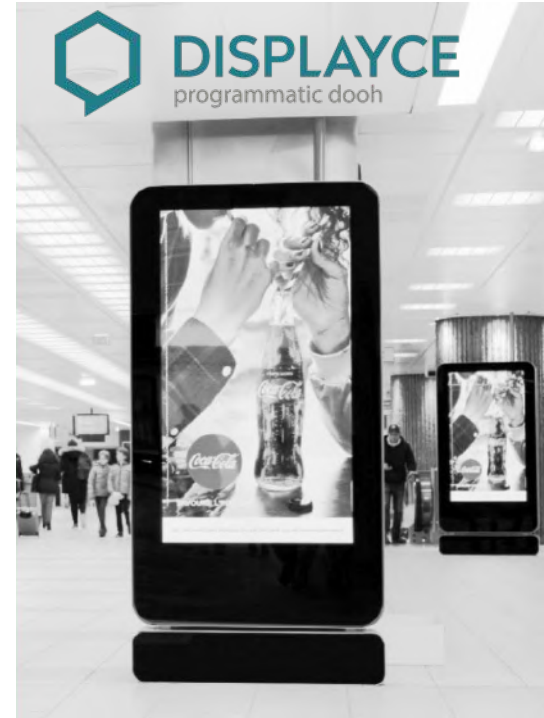
LE DOOH AVEC **DISPLAYCE**

Un accès à un large inventaire avec cette plateforme :

- réseaux de proximité : kiosques, supermarché, salle de fitness, bars, restaurants
- réseaux extérieurs : drive, boutique, panneaux bordures de route, mobilier de rue, stations métro
- centres commerciaux et hypermarchés
- Pharmacies, centres de santé

Et des options de ciblage variés :

- Emplacements : formats, données GPS
- Contextuelle : proximité d'un centre commercial ou d'une école
- Audience événementielle : météo quotidienne





RÉPONDRE AUX INTENTIONS DES INTERNAUTES

Mener des campagnes **Google Ads** pour répondre aux besoins des internautes au moment où ils recherchent des informations sur leur prochaine destination, des idées de vacances...

Nous disposons d'une forte expérience dans la mise en place de stratégie de référencement payant. Nos spécialistes gèrent de A à Z votre campagne, en toute transparence : ciblage des mots-clés, rédaction des annonces, suivi et optimisation des résultats, reporting, etc.

Google Ads



Sud Ouest Publicité est Google Partner Premier, le plus haut niveau de certification accordé par Google grâce aux performances des campagnes Google Ads et à l'expertise des équipes.





UTILISER LE LEVIER PROGRAMMATIQUE POUR ATTEINDRE VOTRE CIBLE LORS DE SA NAVIGATION SUR INTERNET

L'achat programmatique permet

- > d'**acheter de l'inventaire** publicitaire sur une variété de sites via des plateformes comme Google Display, DV 360, Gravity, TEADS.
- > d'avoir accès à des **données de ciblage conséquentes** comme **le comportement des internautes, leurs profils socio démographiques, leurs centres d'intérêt**. L'ensemble de ces données nous permettent d'activer le **réseau de sites le plus affinitaire** avec la cible que vous souhaitez toucher.
- > de diffuser **plusieurs formats** : bannières display IAB, display responsive, vidéo afin de **répondre au mieux aux usages de la cible**.



EXPLOITER LE POTENTIEL DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR FAIRE LA PROMOTION DE VOTRE OFFRE

Avec la multiplication des plateformes sociales et du nombre d'utilisateurs, il est désormais difficile d'obtenir une bonne visibilité de manière organique.

La **publicité** sur les réseaux sociaux devient donc incontournable pour **dynamiser sa visibilité** auprès de ses consommateurs et en séduire de nouveaux.

Les réseaux sociaux disposent de **fonctions avancées de ciblage** qui permettent de toucher une audience précise.





QUELS RÉSEAUX SOCIAUX PRIVILÉGIÉ POUR VOTRE DESTINATION ?



FACEBOOK : LE LEADER

- > **47,5 millions** de visiteurs uniques **mensuels**, soit 75.3% de couverture
- > **29.4 millions** de visiteurs uniques **jour**, soit 46.6% de la population française
- > 25% des utilisateurs ont entre 25 et 34 ans
- > 39% ont entre 35 et 54 ans
- > 23% ont plus de 55 ans



INSTAGRAM : LE MEDIA DE L'IMAGE

- > **33.3 millions** de visiteurs uniques **mensuels**, soit **52.9%** de couverture
- > **15.9 millions** de visiteurs uniques **jour**, soit **25.4 %** de couverture
- > **67%** des utilisateurs ont **moins de 34 ans**



TIKTOK : L'ALLIÉ DES JEUNES

- > **14,9 millions** d'utilisateurs actifs **mensuels** en janvier 2021
- > **7 millions** sont actifs **quotidiennement**
- > **75%** des utilisateurs ont moins de 24 ans
- > **20%** ont entre 25 et 34 ans



YOUTUBE : LE N°1 DE LA VIDÉO

- > **47.1 millions** de visiteurs uniques **mensuels**, soit **74.7%** de couverture
- > **18.4 millions** de visiteurs uniques **jour**, soit **29.2% de couverture**
- > **52 %** des utilisateurs sont âgés de 25 à 49 ans
- > **28 %** ont plus de 50 ans
- > **20 %** ont entre 18 et 24 ans.



DÉCLENCHER DES ENVIES D'ÉVASION AVEC L'AUDIO DIGITAL

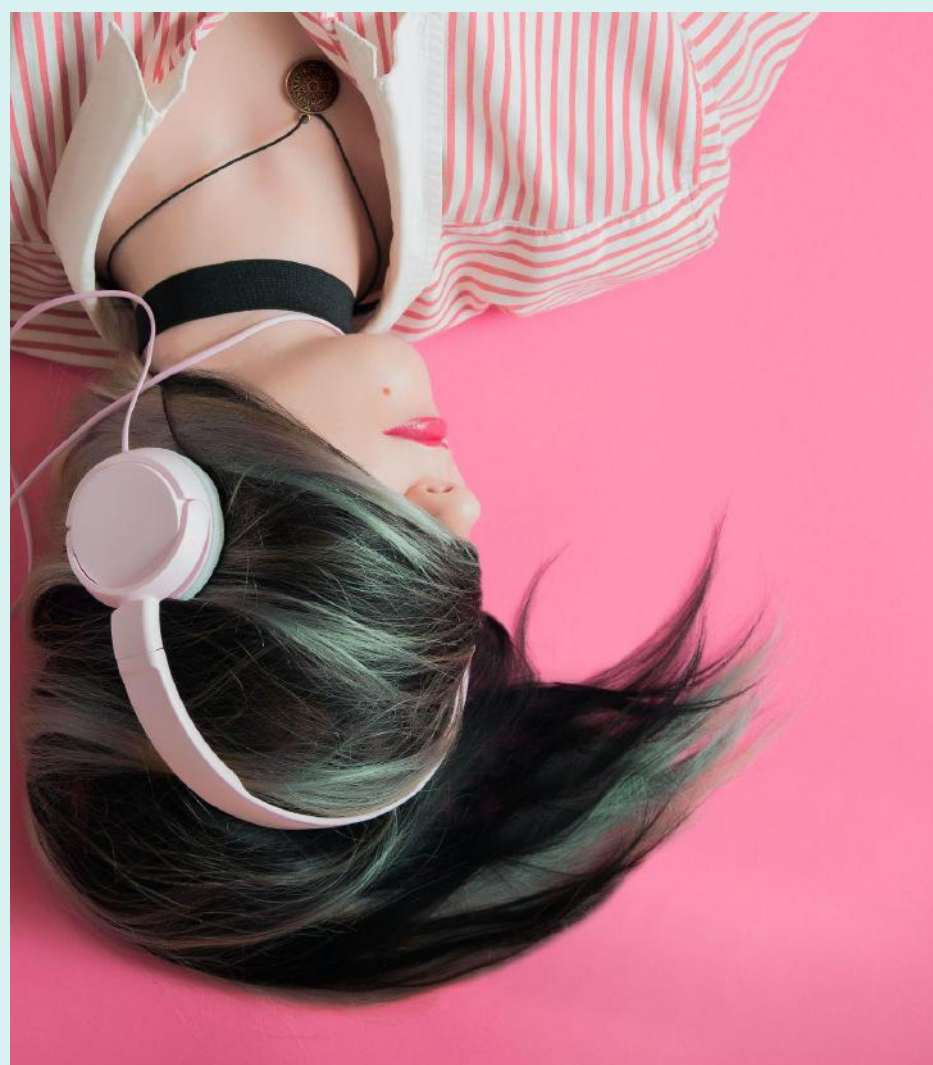
Diffuser vos spots audio au sein :

- des radios écoutées en digital (via app ou internet)
- des écoutes de musique de Spotify, Deezer, Soundcloud
- en pré roll des podcasts

En ciblant les bons profils et le bon contexte :

- sociodémographique, intentionniste
- Culture, Lifestyle, Jeunes, Sport, Hommes, Femmes, CSP...

En imaginant des scénarios en fonction de la météo, des jours de la semaine, des heures de diffusion.





UN **TRADING DESK** INTÉGRER AU GROUPE SUD OUEST POUR GÉRER VOS CAMPAGNES **DIGITALES ET SOCIALES**

PLANIFIER ET ACTIVER LES CANAUX DIGITAUX LES PLUS ADAPTÉS À VOS OBJECTIFS

Activer notre compétence première d'achat d'espaces pour la diffusion.

Du **gré à gré** au **programmatique**, des **réseaux sociaux** (Facebook ads), du **référencement payant** sur Google (Google Ads), ainsi que du **DOOH** pour l'activation opérationnelle de vos campagnes digitales.

NOTRE TRADING DESK EST CERTIFIÉ DIGITAL AD TRUST

- > Garantir le brand safety
- > Optimiser la visibilité de la publicité en ligne
- > Lutter contre la fraude
- > Améliorer l'expérience utilisateur
- > Mieux informer les utilisateurs sur la protection de leurs données personnelles



**DU CONSEIL STRATÉGIQUE À LA DIFFUSION DE
VOS MESSAGES, SUD OUEST PUBLICITÉ VOUS
ACCOMPAGNE TOUT AU LONG DE VOS
PROJETS DE COMMUNICATION**



CONTACTEZ-NOUS



05.35.31.27.40

sudouest-publicite@sudouest.fr



Consulter notre site



SUD OUEST A ÉTÉ LABELLISÉ POSITIVE WORKPLACE ★★

Le label RSE made in France, qui figure parmi les labels les plus exigeants au monde

En savoir plus

