



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

OUTDOOR Microaventures **chilowé**

Campagnes digitales 2020

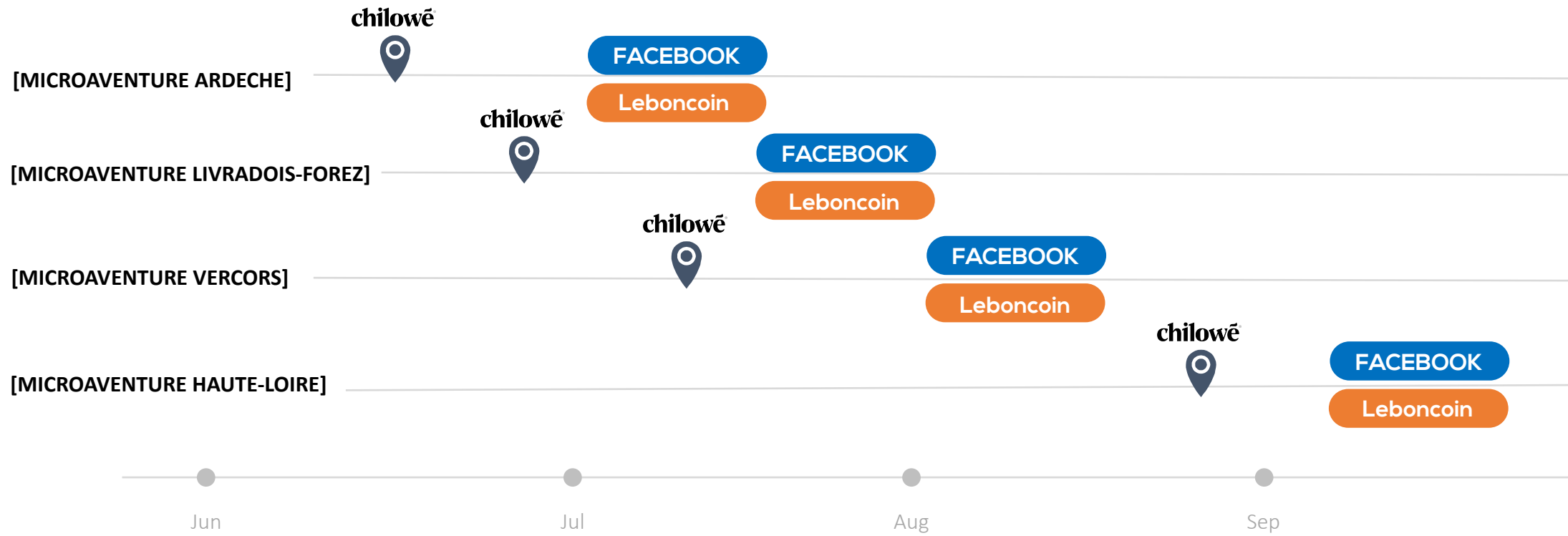




Contexte

- Dans le cadre de son plan d'actions 2020 Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme a poursuivi son travail engagé autour de la micro-aventure en famille avec **Chilowé** en organisant **4 microaventures** en partenariat avec 4 territoires.
- Renvoi sur une landing page présentant les 4 microaventures
- 1 plan de promotion Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour toucher les clientèles intrarégionales, de proximité et de la région Ile de France sur la cible « famille avec enfants »
- 1 plan de communication propre à Chilowé pour référencer les 4 microaventures sur leur plateforme et toucher leur communauté
- Diversification des supports (communiquer au-delà des réseaux sociaux) avec 2 prises de paroles distinctes pour chaque microaventure :
 - 1 campagne **Facebook**
 - 1 campagne sur **Leboncoin**
- Crise COVID-19 : présenter la microaventure comme un concept de départ en vacances adapté à la situation sanitaire (proximité, nature, espace, lieux moins fréquentés...)

Planning

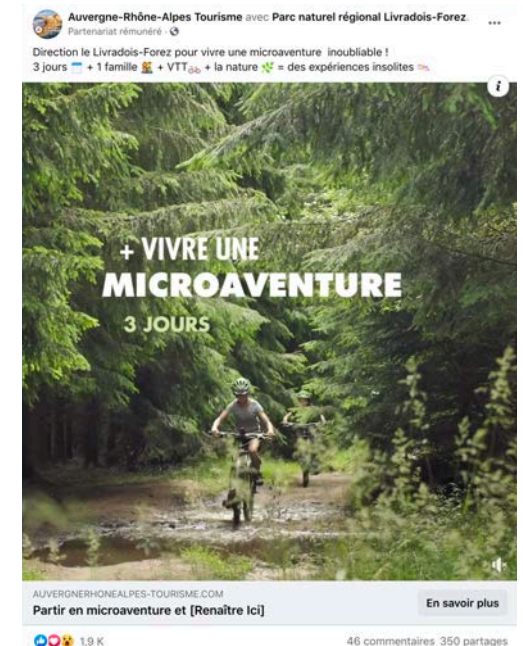
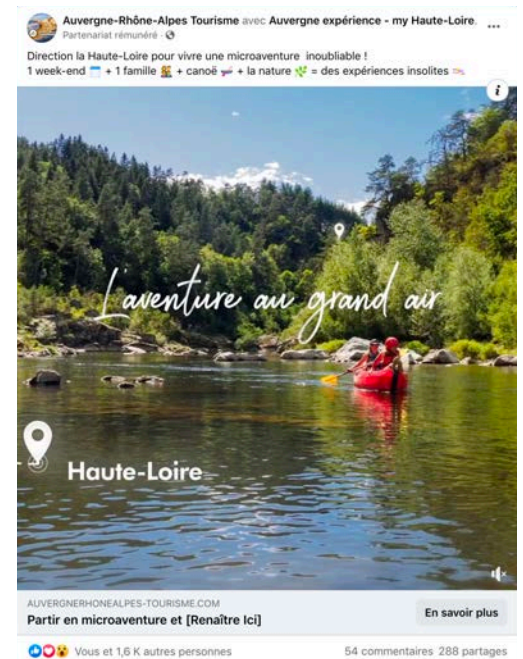




Campagne Facebook

- Budget : 8 K
- 2 K sur 14 jours pour chaque microaventure
- diffusion d'un clip vidéo de 13" avec lien sur la landing page « microaventures » sur laquelle l'aventure du moment est mise en avant
- Ciblage :
 - Auvergne-Rhône-Alpes + bassins de proximité + Ile de France
 - Parents avec enfants / outdoor / nature et vacances

4 749 189 impressions
36,8 K clics
0,18 coût par clic





Campagne Facebook



- Campagne performante avec un coût au clic relativement intéressant (18 cts.)
- Les 3 premières microaventures présentent un affichage et des coûts similaires.
- La 4^{ème} séquence n'ayant eu lieu qu'en septembre, les résultats sont moins performants mais restent tout à fait honorables (24 cts.) compte tenu de la cible et de la période.

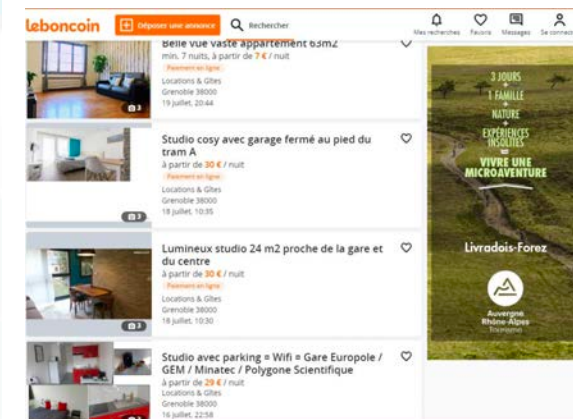
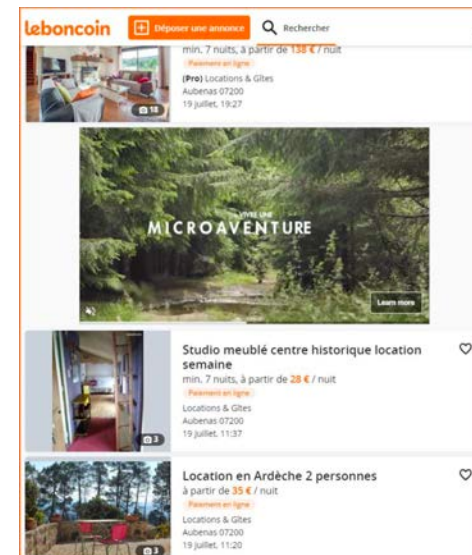
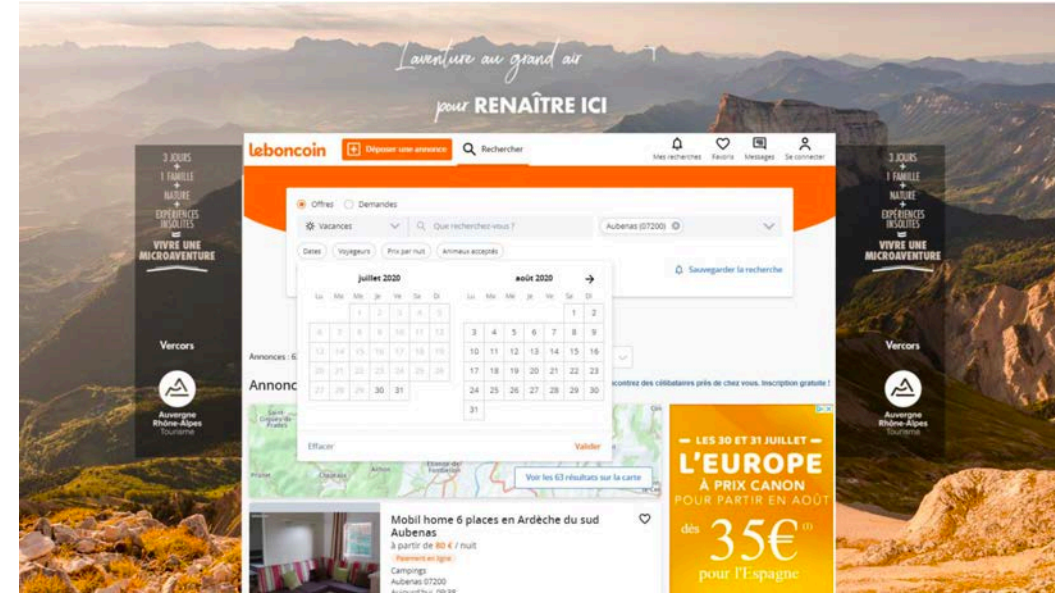
	Impressions	Coût par résultats	Clics uniques sur un lien	Réactions à des publications	Commentaires sur les publications	Enregistrem ents de la publication	Partages de publications	Clics sur un lien
MICROAVENTURE-ARDECHE	1225458	0,16094	10792	3595	126	96	835	12427
MICROAVENTURE-LIVRADOIS-FOREZ	1238971	0,175331	9896	1806	38	46	312	11407
MICROAVENTURE-VERCORS	1286912	0,159096	11008	2423	68	108	427	12571
MICROAVENTURE-HAUTE-LOIRE	997848	0,242777	7260	1563	40	43	252	8238



Campagne Leboncoin

- Budget : 12 K
- 3 K sur 14 jours pour chaque microaventure
- Campagne multiformats : bannières, habillage, vidéo, native ad...
- Ciblage :
 - Auvergne-Rhône-Alpes + Ile de France
 - Data Famille avec enfants de 6 à 12 ans, Vacances en Famille, Vacances Sports Été, pratiquants de sport

2 818 447 impressions
234 K visiteurs uniques touchés
5 082 clics
2,36 coût par clic



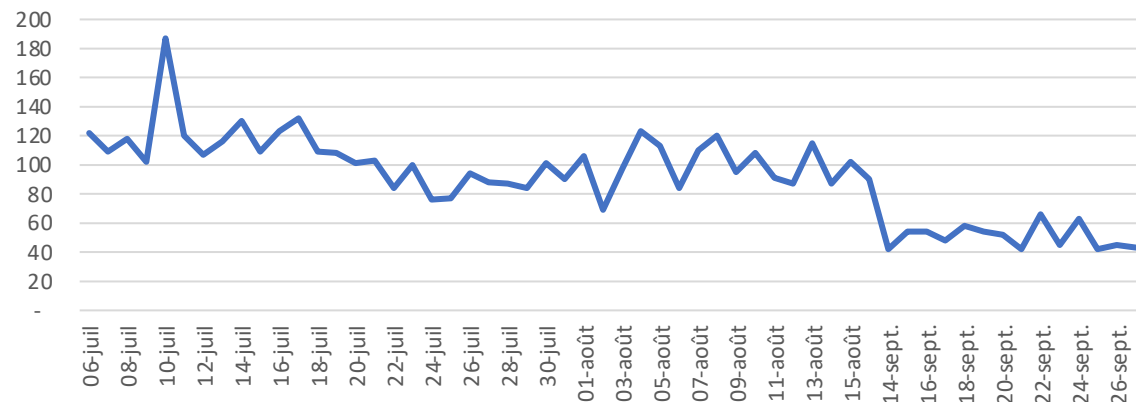


Campagne Leboncoin

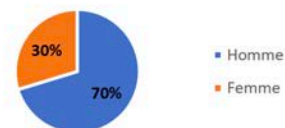


- Un engagement plus fort sur le début de la campagne (début de l'été, période de prise de décision et de choix de la destination de vacances)
- Grosse disparité de performance selon les formats activés : l'habillage de la home et la bannière sur l'application mobile sont de loin les plus performants
- Campagne plus performante sur desktop et tablette que sur mobile
- Ciblage performant
- Campagne performante au regard des résultats généralement obtenus par Leboncoin sur des dispositifs comparables

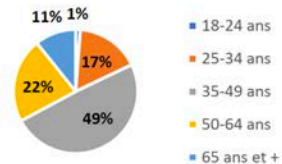
Evolution des clic



Répartition des cliqueurs par genre



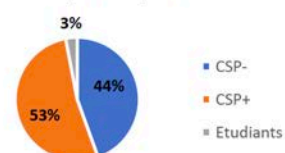
Répartition des cliqueurs par âge



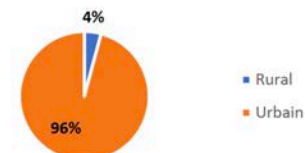
Top personae des cliqueurs

Familles	1
BigShopper	2
Jeune Actif	3
Ecolos-eCars	4
Beautymales	5
Innovateurs Apparence	6
Grand Voyageur	7

Répartition des cliqueurs par CSP



Répartition des cliqueurs par géo





Partir en microaventure et [Renaître Ici]

La microaventure c'est tendance !

Partir en microaventure c'est l'opportunité d'échapper à la routine en profitant, le temps d'un week-end, de se reconnecter à la nature pour vivre une expérience mémorable au quotidien, souvent près de chez soi ! Ne plus attendre de prendre de longues vacances pour s'évader, réduire son empreinte carbone en partant à côté de la maison, sortir de sa zone de confort dans un cadre authentique et sécurisé.

Vous trouverez ici les meilleures idées de microaventure et toutes les infos pratiques pour les réaliser.

HAUTE-LOIRE

VERCORS

LIVRADOIS-FOREZ

ARDECHE



Découvrir la Haute-Loire en canoë

Bouquetin Malin aime particulièrement surprendre ses enfants et cette fois-ci il a fait fort ! En leur promettant un week-end sur la Loire, la petite troupe s'attendait à partir entre Orléans et Nantes, à la conquête des châteaux de la Renaissance. C'est pourtant sur une terre secrète de l'Auvergne, dans le département de la Haute-Loire, que Bouquetin Malin les emmène à la fin de l'été. Au programme, deux jours de canoë sur la Loire méconnue...

REALISER CETTE MICROAVENTURE



Création d'une landing page dédiée

- 8 953 vues
- 00:01:24 temps moyen de visite
- 33,09 % taux de rebond

du 1^{er} juin au 30 septembre

(données recueillies après acceptation des cookies de navigation, seuls les internautes ayant accepté l'usage des cookies sont comptabilisés)

<https://www.auvergnerhonealpes-tourisme.com/partir-en-microaventure/>



[MICROAVENTURE ARDECHE]

 **FACEBOOK**

1 225 458 impressions
0,16 coût par clic
10 792 clics
3 595 interactions

leboncoin

804 133 impressions
1 692 clics



www.auvergnerhonealpes-tourisme.com

481 visites
00:02:47 durée moyenne de visite
77,08 % taux de rebond

(données recueillies après acceptation des cookies de navigation, seuls les internautes ayant accepté l'usage des cookies sont comptabilisés)



[MICROAVENTURE FOREZ]

 **FACEBOOK**

1 238 971 impressions
0,17 coût par clic
9 896 clics
1 806 interactions

leboncoin

794 324 impressions
1 260 clics



www.auvergnerhonealpes-tourisme.com

177 visites
00:02:37 durée moyenne de visite
34,48 % taux de rebond

(données recueillies après acceptation des cookies de navigation, seuls les internautes ayant accepté l'usage des cookies sont comptabilisés)



[MICROAVENTURE VERCORS]

 **FACEBOOK**

1 286 912 impressions
0,15 coût par clic
11 008 clics
2 423 interactions

leboncoin

802 193 impressions
1 422 clics



www.auvergnerhonealpes-tourisme.com

401 visites
00:02:43 durée moyenne de visite
0 % taux de rebond

(données recueillies après acceptation des cookies de navigation, seuls les internautes ayant accepté l'usage des cookies sont comptabilisés)



[MICROAVENTURE HAUTE-LOIRE]

 **FACEBOOK**

997 848 impressions
0,24 coût par clic
7 260 clics
1 563 interactions

leboncoin

417 797 impressions
708 clics



www.auvergnerhonealpes-tourisme.com

177 visites
00:02:37 durée moyenne de visite
34,48 % taux de rebond

(données recueillies après acceptation des cookies de navigation, seuls les internautes ayant accepté l'usage des cookies sont comptabilisés)

Français de {chill-away} :
s'évader dans la nature, s'aventurer

chilowé®



La boîte qui va mettre tout le monde dehors !

► AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
ÉTÉ 2020



AURA x CHILOWÉ

4 microaventures en Auvergne-Rhône-Alpes + 1 article spécial familles

- [Partir à l'aventure avec ses marmots](#)
- [Découvrir les Gorges de l'Ardèche](#)
- [Explorer le Livradois-Forez à VTT](#)
- [Découvrir le Vercors à vélo](#)
- [Découvrir la Haute-Loire en canoë](#)



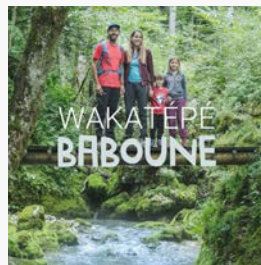
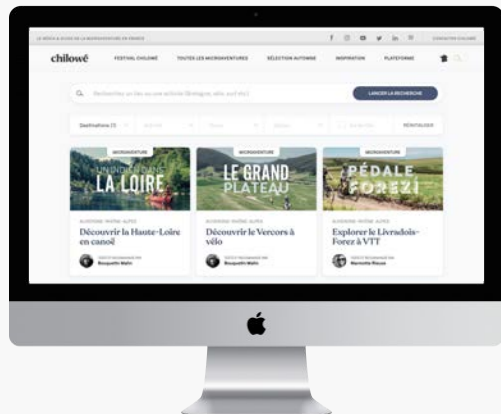
AURA x CHILOWÉ

Diffusions

Newsletter du 4 juin 2020 - Sujet 1 article famille + sujet 2 sélection microaventures en AuRA
Relais réseaux sociaux : 4 posts feed Instagram + stories + posts Facebook

GUIDE

MEDIA



12,7 K
ouvertures de la newsletter

15,2 K
pages vues
(article + 4 plans)



159 K
Reach sur
IG et FB
(organique + paid)



CHIFFRES CLÉS - ARTICLE FAMILLE

le 28.09.2020



NEWSLETTER

31 K

abonnés

41 %

Taux d'ouverture

10 %

Taux de clic



ARTICLE / SITE

5,7 K

pages vues

3:15

temps moyen
passé sur la page



FEED INSTA

12 K

pers. touchées

607

Likes

20

commentaires



FACEBOOK

5,5 K

pers. touchées

29

Likes + commentaires

3

Partages



STORY INSTA

4 084

Impressions

CHIFFRES CLÉS - PLAN ARDÈCHE

le 28.09.2020



ARTICLE / SITE

3,9 K
pages vues

1:54
temps moyen
passé sur la page



FEED INSTA

10,2 K
pers. touchées

554
Likes

11
commentaires



FACEBOOK

5,2 K
pers. touchées

21
Likes + commentaires

2
Partages



STORY INSTA

4 084
Impressions



PAID SOCIAL MEDIA

16,2 K
pers. touchées

9,8 K
vues

CHIFFRES CLÉS - PLAN LIVRADOIS FOREZ

le 28.09.2020



ARTICLE / SITE

1,9 K
pages vues

1:36
temps moyen
passé sur la page



FEED INSTA

8,2 K
pers. touchées

297
Likes

3
commentaires



FACEBOOK

6,7 K
pers. touchées

51
Likes + commentaires

2
Partages



STORY INSTA

10 K
impressions



PAID SOCIAL MEDIA

13,5 K
pers. touchées

8,8 K
vues

CHIFFRES CLÉS - PLAN VERCORS

le 28.09.2020



ARTICLE / SITE

2,4 K
pages vues

1:41
temps moyen
passé sur la page



FEED INSTA

10,2 K
pers. touchées

554
Likes

11
commentaires



FACEBOOK

23,4 K
pers. touchées

288
Interactions (like +
commentaires + partages)

6,4 K
Vues



STORY INSTA

5 032
impressions



PAID SOCIAL MEDIA

12,1 K
pers. touchées

8,9 K
vues

CHIFFRES CLÉS - PLAN HAUTE-LOIRE

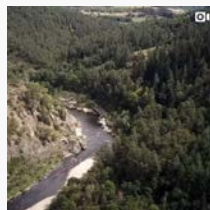
le 05.10.2020



ARTICLE / SITE

1,5 K
pages vues

2:08
temps moyen
passé sur la page



FEED INSTA

6,3 K
pers. touchées

77
Likes

1
commentaires



FACEBOOK

4,3 K
pers. touchées

14
Likes + commentaires

6
Partages



STORY INSTA

3 546
pers. touchées



PAID SOCIAL MEDIA

5 K
pers. touchées

1 551
vues



Q chilowé makes me



Q chilowé makes me **smile**

Q chilowé makes me **happy**

Q chilowé makes me **feel alive**

Q chilowé makes me **stronger**

Google Search

I'm Feeling Lucky

Report inappropriate predictions
[Learn more](#)

COEUR AVEC
LES PIEDS