



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme



# Montagne été Parcs naturels

Campagnes digitales 2020



# Contexte

- Campagne générique pour valoriser l'offre des parcs naturels en région Auvergne-Rhône-Alpes
- Renvoi sur une landing page présentant les 12 parcs naturels de la région
- Toucher les clientèles intrarégionales, de proximité et de la région Ile de France sur la cible « famille avec enfants »
- Prises de parole génériques autour de 3 axes de communication :
  - nature, paysages et faune
  - eau et fraîcheur
  - patrimoine, visites et découvertes
- Diversification des supports (communiquer au-delà des réseaux sociaux)
- Crise COVID-19 : présenter la destination « parcs et montagne » comme une destination adaptée au contexte sanitaire (espace, proximité, moins fréquentée...)

L'aventure au grand air  
et **RENAÎTRE ICI**

L'aventure au grand air au coeur des parcs naturels

Fermez les yeux et imaginez des vacances empreintes de sérénité et de repos...  
Loin du tumulte des plages bondées : la montagne l'été apaise par de grandes et belles prairies fleuries, des oiseaux qui chantent, des ruisseaux qui coulent...

**Il y a toujours un parc naturel, une montagne près de chez soi...**



**6 bonnes raisons de partir à la montagne au coeur des parcs naturels cet été...**

Et si cet été vous troquiez vos tongs et votre serviette de plage contre une paire de chaussures de montagne et un sac à dos...

[DÉCOUVRIR LES BONNES RAISONS](#)



**5 idées séjours pour partir l'esprit libre...**

En manque d'inspiration ? Vous recherchez la simplicité...  
temps de concocter le programme de votre séjour ?

2 parcs nationaux et 10 parcs naturels  
cet été

# Création d'une landing page dédiée

42 394 vues

00:01:38 temps moyen de visite

43,56 % taux de rebond

du 1<sup>er</sup> juin au 30 septembre

# Stratégie multicanale

55,5 K euros

150 231 437  
impressions



**f** **FACEBOOK**  
Campagne vidéo

8K – Juillet / Août



**CK** **CITIZEN KID**  
Multiformats

10K – Juillet / Août



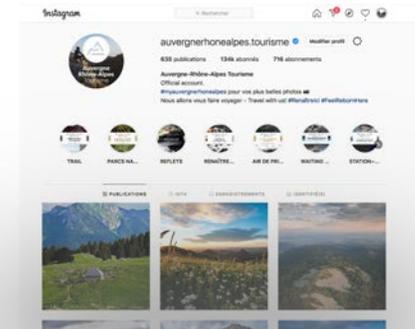
**MICHELIN**  
Multiformats

21K\* – Juin / Juillet



**CAMPAGNE DISPLAY**

10K – 20 Juillet / 20 Août

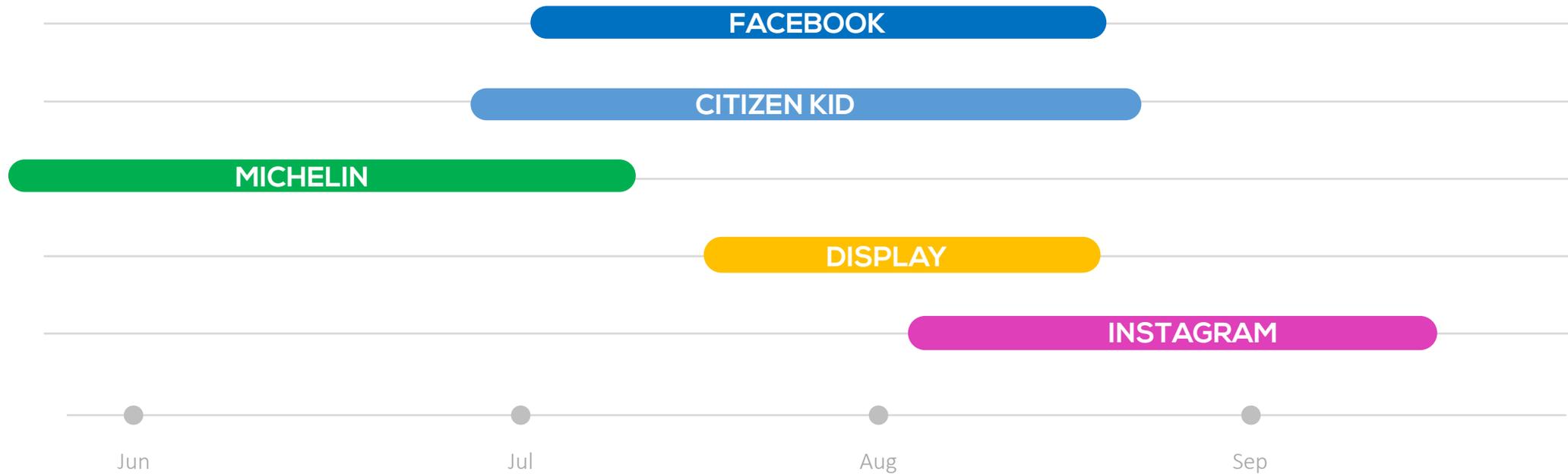


**INSTAGRAM**  
Séquence thématique

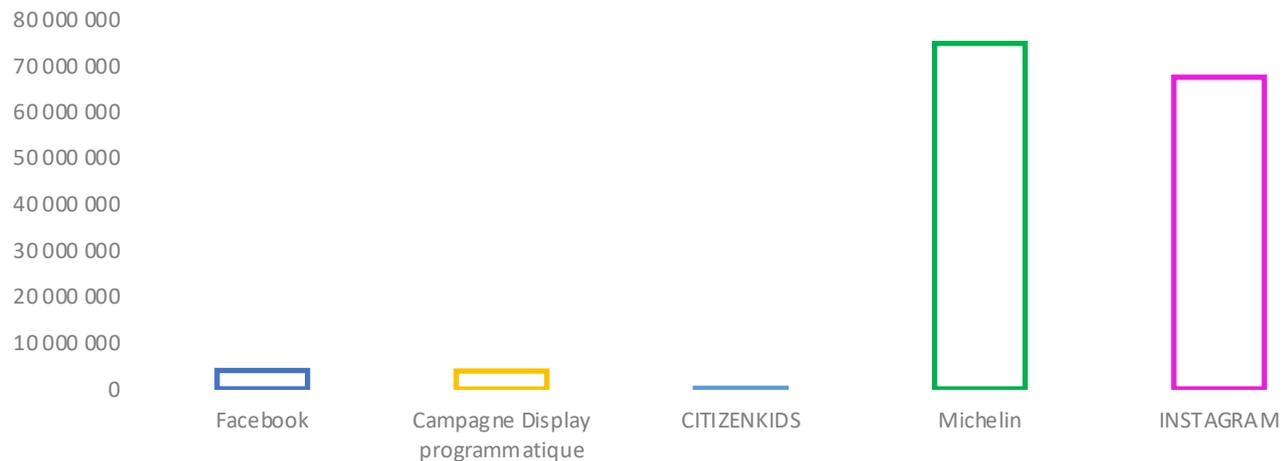
6,5K – 3 Août / 18 Sept.

\* partenariat

## Couverture du 18 mai au 18 septembre 2020



## Impressions

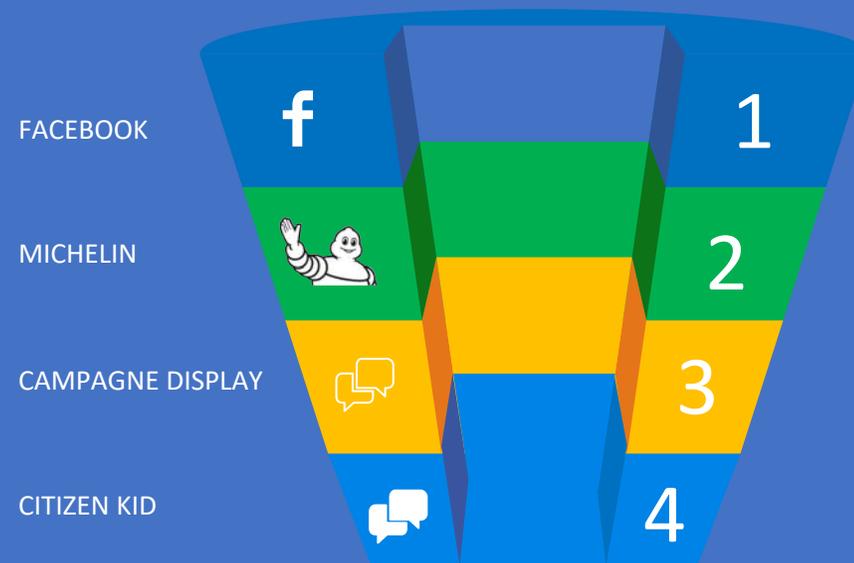


## Clics



# Performances

## 174 430 clics



Performance analysée en fonction du retour sur investissement

INSTAGRAM  
(notoriété uniquement)



# Résultats de la campagne

- La campagne a très bien fonctionné dans son ensemble
- Belle couverture sur des supports très différents avec une exposition sur une période de 3 mois
- Des disparités de performances importantes selon les dispositifs activés
- Une campagne lancée un peu tardivement (baisse des résultats à partir de la mi-août)





# Campagne Facebook

- Budget : 8 K
- du 6 juillet au 17 août 2020
- Diffusion de 3 clips vidéos 13" avec optimisation automatique sur le clip le plus performant
- Ciblage :
  - Auvergne-Rhône-Alpes + Ile de France
  - Parents avec enfants

- Coût par clic 0,05  
 - Intérêt pour la dimension "Nature et Faune"

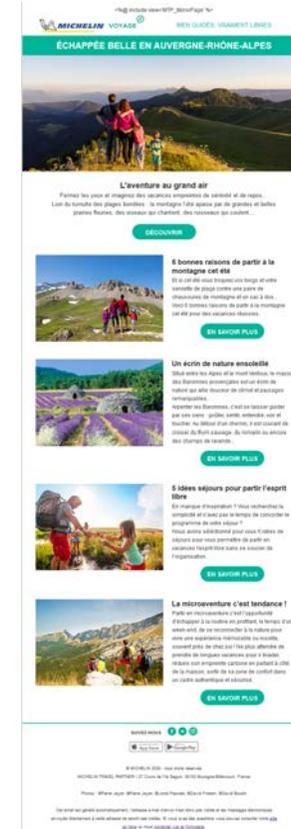
Nom de l'ensemble de publicités	CLICS	Couverture	Impressions	Coût	Montant dépensé (EUR)
Campagne globale	146270	1248508	3969325	0,054693	8000
Nature - Faune	98635	838777	2393132	0,056787	5601,17
Eau - Fraîcheur	17914	281920	621161	0,050471	904,14
Visite - découverte	29721	397187	955032	0,050291	1494,69



# Campagne Michelin

- Contrevaleur : 21 K
- du 18 mai au 3 juillet 2020
- Présence multiformats sur les supports Michelin Voyage et Via Michelin (Habillage home, newsletter, bannières...)

- Communauté importante
- Affichage en nombre 74 759 057 impressions
- Disparité de performance selon les formats
- Coût d'acquisition 0,95 / clic



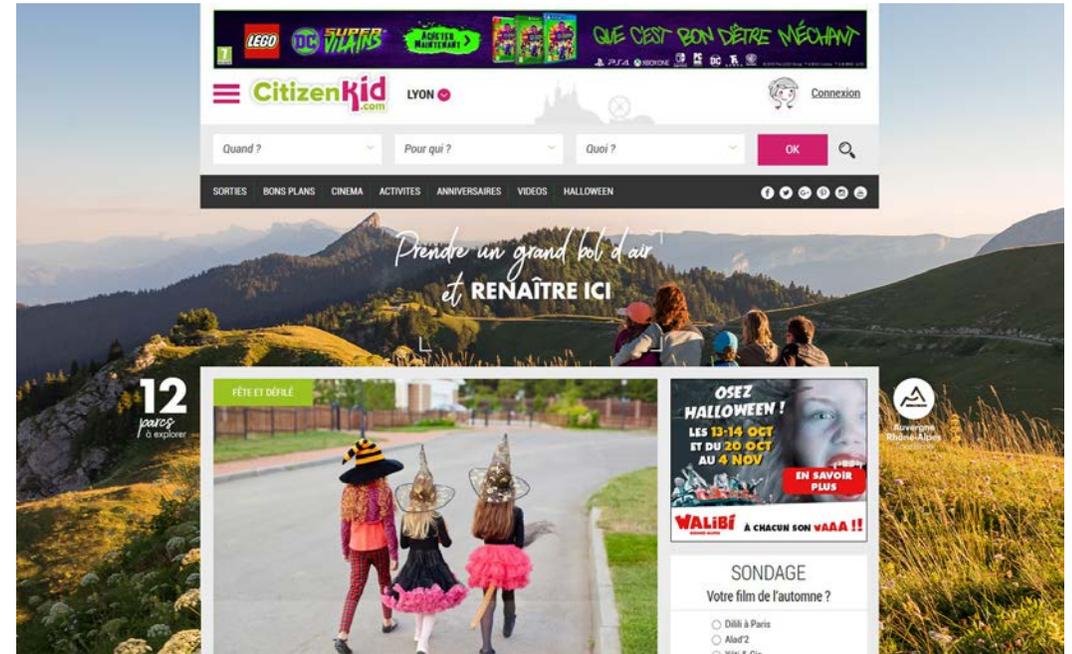
ACTIVATIONS	CLICS	IMPRESSIONS
Push Edito VM	7 206	73 900 000
Email inspi VM	384	50 000
NL MV	1 988	235 136
Push HP MV	1 551	61 443
Dossier thématique MV	7 005	167 300
Bandeau MV	3 827	345 178
<b>TOTAL Vague 2</b>	<b>21 991</b>	<b>74 759 057</b>



# Campagne Citizen Kid

- Budget : 10 K
- du 29 juin au 23 août 2020
- Présence multiformats sur les villes PARIS et LYON
- Habillage du site (1ere semaine juillet + 1ere semaine d'août)
- Présence sur newsletter PARIS et LYON
- Publi rédactionnel  
<https://www.citizenkid.com/article/parcs-naturels-auvergne-rhone-alpes-vacances-en-famille-a1062360>

- Coût d'affichage important
- Faible taux de clic
- Ciblage intéressant





# Campagne Display (programmatische)

- Budget : 10 K
- du 20 juillet au 20 août 2020
- Campagne multiformats avec 2 ciblages :
  - sur les sites « voyage, météo, univers parents »
  - sur les mots clés
- Ciblage géographique :
  - Auvergne-Rhône-Alpes + Ile de France

- Complémentarité des 2 dispositifs (sites et mots clés)
- Disparités de performance selon les formats : le format "pavé" a été nettement plus performant que les autres
- 6,6 % du trafic du site sur la période de la campagne





# Dispositif Instagram sur le compte auvergnerhonealpes.tourisme

- Budget : 6,5 K
- du 3 août au 18 septembre 2020
- 31 posts, 1 storie dédiée, 1 vidéo IGTV dédiée

- 67 442 894 impressions
- 38 111 340 personnes touchées
- 153 874 j'aime ❤️
- 1 329 commentaires 💬

