

Communiqué

Le 22 mars 2024,

Faites le plein des sens,

Les Ardennes renouvellent leur invitation

Inviter les touristes à choisir les Ardennes pour faire le plein de sensations nature, sportives et culturelles, telle était l'ambition de la campagne de communication lancée pour le Conseil départemental et l'Agence de Développement Touristique des Ardennes (ADTA) en 2023. Une campagne réussie puisqu'elle sera de retour dès ce 20 mars. Pour cette deuxième édition, le 08 se met en avant grâce à une campagne de communication digitale et d'affichage d'envergure.

La campagne de promotion du territoire pour cette année « **Faites le plein des sens** » est une initiative conjointe du Conseil départemental et de l'ADTA. A travers 4 visuels immersifs, cette campagne vise à susciter l'intérêt pour le territoire.

Être dans l'image

Par cette campagne, le CD08 et l'ADTA vous proposent de venir (re)découvrir le territoire ardennais et toutes ses richesses. Une expérience visuelle immersive qui vous propulse au cœur des paysages ardennais et de ses activités sportives et musicales.

Les régions sélectionnées pour la diffusion, Ile-de-France, Grand Est et Belgique, offrent l'opportunité de toucher une vaste population de plus de 27 millions de personnes.

Les quatre visuels, réaffirment l'invitation à vivre une expérience enrichissante et unique dans les Ardennes.



Communiqué



Impossible de passer à côté !

Affichage urbain et insertion presse

En matière d'affiche, le CD08 et l'ADTA reprennent la même stratégie que l'année dernière, en ciblant principalement les Parisiens et les Lillois. Dès le 20 Mars, la campagne de d'affichage sera déployée sur plusieurs sites stratégiques notamment dans les métros lillois et parisiens ainsi qu'une importante campagne dans la presse.

En chiffres :

Paris / Ile-de-France :

- 297 panneaux dans le métro Parisien, dans les rues, et en Gare de l'Est, du 20 au 27 mars
- 18 écrans digitaux en Gare Paris Est, à partir du 20 mars
- 1 page dans *le Paris Match Ile-de-France*, le 21 mars
- 1 page dans *le Figaro Magazine*, le 22 mars
- ½ page dans le journal *20 minutes parisien*, le 22 mars

Lille :

- 146 panneaux dans le centre-ville de Lille, du 10 au 17 avril
- ½ page dans le journal *20 minutes lillois*, le 17 avril
- 12 affichages dans le métro Lillois, du 3 au 16 avril

En Belgique :

- ½ page dans le magazine *Paris Match Belgique*, le 21 mars
- ½ page dans le supplément week-end de *Libre Belgique*, le 30 mars
- ½ page dans le supplément week-end de *l'Avenir*, le 30 mars

Communiqué

Communication digitale et télévisuelle

Des spots vidéos d'une durée de 15 secondes seront diffusés sur M6 et France Télévisions en Champagne-Ardenne, Nord-Pas-de-Calais, Picardie et en Ile-de-France afin de promouvoir les activités touristiques des Ardennes. Ces spots sont proposés en remplacement d'un spot national.

Pour cette campagne de promotion du territoire, le Conseil départemental et l'Agence de Développement Touristique ont investi 150.000 euros.

A noter :

L'ADTA élargit cette campagne, avec une stratégie sur le web, destinée aux amoureux de la France. Seront également diffusées deux pages de publicités dans les magazines néerlandais *Leven in Frankrijk* et Allemagne *Frankreich Magazine*, en cohérence avec les touristes habituels du département.

- Pour télécharger les visuels de la campagne, vous pouvez les télécharger via ce lien : <https://mediatheque.cd08.fr/bvOxLD3bH>