

ACTION**CRÉER ET INCITER À LA CRÉATION DE CONTENUS ÉDITORIAUX MULTIMEDIA****MISSION****PROMOTION**

Réf. Schéma

35- Poursuivre la promotion pour désaisonnaliser
36 - Adapter la promotion pour une meilleure gestion des flux
37 - Consolider le Terre-Mer comme pilier de la promotion

Budget

15 000 €

ETP

1

Echéance

31/12/2025

Contexte

Depuis plusieurs années et la mise en place d'un Calendrier d'Opportunités de Prise de Parole, l'OTI rédige et publie des articles sur son site web, afin de promouvoir et valoriser la Destination auprès du grand public, et d'optimiser le référencement naturel du site. Des photos et vidéos sont également créées et partagées sur le site et les réseaux sociaux. Notre stratégie éditoriale accorde la priorité à la qualité des contenus, plus qu'à leur quantité, dans le respect du code de marque du territoire, des valeurs du territoire et de notre engagement à désaisonnaliser, mieux gérer les flux, et équilibrer le Terre-Mer et au service du plus grand nombre

Objectif

Promouvoir la Destination auprès du grand public (informer, séduire et convaincre) grâce à des contenus textes, images, vidéos et audios de qualité. Amplifier une image cohérente. Faire prendre la parole par les ambassadeurs : rédaction d'articles, interviews, prise de commande du compte Instagram

Indicateurs de réussite

Nombre croissant des contenus réguliers et variés, créés et partagés aussi bien par des collaborateurs de l'OTI que par des partenaires locaux (ambassadeurs, GTM, 8 Milles Nautic...).

Déroulé

- Réunions du COPP > mutualisé et 1 fois tous les 2 mois.
- Choix des créateurs de contenus, en fonction des disponibilités et des affinités avec le sujet.
- Rédaction des articles, création des photos ou vidéos.
- Intégration des articles sur notre site web et relais sur les réseaux sociaux.
- Publication des photos ou vidéos sur les réseaux sociaux.
- Mesure des retombées (Analytics) et médiathèque partagée

Parties prenantes

Risques anticipés

Difficulté de garder un rythme soutenu et de motiver toutes les parties prenantes. Equilibre dans les thématiques abordées.

Résultats

- 135 nouvelles pages sur notre site web en 2025.
- 1 403 295 pages vues en 2025 (+37%).
- 416 publications sur les réseaux sociaux.
- 50 créations de contenus par les ambassadeurs.
- 6432 photos indexées dans la médiathèque en ligne

Enseignements

Patience et longueur de temps font plus que force ni que rage.