

Inoxia rénove la communication touristique de Biscarrosse à Bordeaux ! - publié le

25/05/2009 - Aquitaine

La ville de **Biscarrosse**, durement touchée la tempête de cet hiver, avait un petit budget pour la faire oublier : l'Agence **Inoxia** a fait le choix du **marketing tactique** et des supports alternatifs pour donner aux **Bordelais** des envies irrésistibles de départ à la **plage**...

C'est notamment la première fois qu'un **annonceur** habille les ascenseurs et les barrières des parkings bordelais!

Comment faire campagne pour séduire... et booster immédiatement la fréquentation ?

Avec une image touristique écornée par la tempête de janvier, un contexte de crise qui resserre les budgets vacances... il fallait de l'audace, du bon sens et de la réactivité pour dynamiser la **saison touristique** à *Biscarrosse* !

Avec un budget de **communication** modeste, l'Office de Tourisme de *Biscarrosse* était décidé à faire le maximum pour reconquérir le grand public : prêt à jouer l'audace, il a donné carte blanche à l'**agence Inoxia** pour lui proposer une campagne d'image séduisante, qui puisse booster rapidement la fréquentation de la station. L'agence n'a eu aucun mal à convaincre les décideurs d'oublier la tentation de rechercher un fort taux d'exposition et de privilégier l'impact, en travaillant l'affinité media/message... c'est plus facile à dire qu'à mettre en oeuvre, mais le résultat est là !



Recette infaillible pour un départ impromptu à Biscarrosse :

- une bonne dose de raz-le-bol et d'envie de changer d'air
- des temps de préparation réduits et de trajet très courts
- un résultat météo prévisible

Cibler Bordeaux

L'agence Inoxia a choisi de concentrer tous les moyens de communication sur les citadins bordelais, la météo bordelaise étant sensiblement la même qu'à Biscarrosse, et le trajet d'1h10 seulement. Il fallait toutefois compter avec la concurrence des destinations balnéaires plus proches, familières des bordelais, comme Lacanau ou le Bassin d'Arcachon, et séduire par la différence.

Proposer l'évasion en plein stress urbain

A quel moment serions-nous prêts à faire nos valises sur un coup de tête et à tester une nouvelle destination pour changer d'air? Sans doute dans un parking du centre ville, en poussant un caddie de courses, un peu plus tard, au volant, avec la perspective de devoir les décharger chez soi...

Planning et supports :

- Campagne du 11 mai au 14 juin, avec deux temps forts d'une semaine.

Habillage complet des parkings du centre ville avec ClearChannel et Atout ticket :

- · Un dispositif inédit à Bordeaux avec l'habillage d'ascenseurs et de barrières de sortie.
- · Impression sur-mesure des visuels de la campagne sur les tickets de parking
- · Affichage au format 120 x 176 dans les parkings et la galerie commerciale de Meriadeck

Essaimage de stickers dans les lieux de divertissement urbains

Cartes adhésives distribuées dans les circuits « métropolitain » et « loisirs culture » du réseau Cart'com : salles de remise en forme, piscines, restaurants, bars tendance, cafés, CHU, cinémas, grandes enseignes culturelles, bibliothèques, médiathèques, musées, théâtres, offices de tourisme, salles de spectacles ...

Conception et réalisation de la campagne : Agence Inoxia

- 33150 CENON - Franc
- Tél : 05 56 77 52 06
- Fax : 05 56 77 67 91

Tous les visuels de la campagne : www.inoxia.com/biscarrosse

Contacts presse :

- Sylvain Lepointeur - E-mail : [Contact](#)
- Carole Redero - E-mail : [Contact](#)

Office de Tourisme de Biscarrosse

- Tél : 05 58 78 20 96
- Fax : 05 58 78 23 65
- E-mail : [Contact](#)
- www.biscarrosse.com

Ce communiqué fait partie des catégories suivantes : [CommunicationGirondeLandes](#)