

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MARSEILLE EN HIVER

Le plus bel endroit en Méditerranée

Marseille lance sa campagne "MARSEILLE EN HIVER"

L'Office de Tourisme, des Loisirs et des Congrès de Marseille et la Ville de Marseille lancent une campagne d'hiver à destination du public français et international, afin d'inciter les visiteurs à découvrir la destination en toutes saisons.

Afin de mieux répartir la fréquentation touristique de Marseille tout au long de l'année, l'Office de Tourisme vise avec cette campagne à rappeler aux visiteurs les nombreux atouts d'un séjour hivernal. Cela permettra de développer l'activité touristique, notamment hôtelière, en cette période plus creuse, et ainsi de pérenniser les emplois qui y sont liés.

Cette campagne s'axe sur ces scènes de vie marseillaise qui vont accueillir les visiteurs à leur arrivée : un joggeur courageux à Notre-Dame de la Garde, le Corbusier qui veille sur le boulevard Michelet, un enfant mange une glace sur la Corniche, des jeunes se posent pour admirer l'entrée du Vieux Port et la lumière déclinante de fin de journée, des randonneurs profitent du Parc national des Calanques...le tout au soleil, et avec une mer d'huile en fond.

Là est le fondement de cette campagne : promouvoir la douceur de vivre de Marseille pendant la saison hivernale, la chaleur présente non seulement grâce au soleil mais aussi par la générosité de ses habitants, ses Marseillaises et Marseillais qui font vivre Marseille toute l'année.

Cette opération ambitieuse s'inscrit dans la stratégie de la Ville de Marseille et de l'Office de Tourisme d'un tourisme des quatre saisons, autour de nos quartiers.



VILLE DE
MARSEILLE



Détails de la campagne

Plusieurs supports ont été choisis afin de déployer cette campagne à grande envergure :

France

Une campagne digitale avec l'application SNCF Connect jusqu'au mois de février avec notamment newsletter, vidéos Tiktok et Instagram, pushes sur l'appli et articles.

Des supports papier comme les magazines Vivre Paris/Lyon/Marseille/Bordeaux mais aussi du digital notamment via The Good Life, et plus tard en janvier & février M le Monde et Télérama.

Une grande campagne d'affichage est également prévue dans la station Opéra du métro parisien dédié à Marseille, plusieurs écrans géants dans les centre commerciaux de Lyon et Lille et des totems digitaux également.

Belgique

Un beau dispositif digital prévu notamment via le magazine Elle Belgique avec un article et des publicités. Le dispositif vidéo est également privilégié avec du pré-roll sur différents sites webs de gros titres de presse.

Multimarchés

Une importante campagne Expedia (France, USA, Canada, Royaume-Uni) avec un budget total de plusieurs dizaines de milliers d'euros.

Plusieurs accueils d'influence notamment avec Montréal pour mettre en avant la ligne directe, mais aussi avec la Belgique Flamande, le Royaume-Uni et l'Allemagne en préparation.



Métro Opéra, Paris

Contact Presse

Anne DALLAPORTA

adallaporta@marseille-tourisme.com

06 73 86 09 78