

Vendée Expansion dévoile sa nouvelle marque touristique pour La Vendée et sa nouvelle campagne de communication nationale 2023.

Accompagné par l'agence le Ciré Jaune, le Pôle Tourisme de Vendée Expansion fait évoluer son identité actuelle pour **capitaliser sur l'attachement au territoire** avec le double cœur vendéen. Cette nouvelle marque met l'accent sur le mot Vendée et **se décline facilement à l'international**.

La marque grand public « Vendée Tourisme » devient « En Vendée »

« Cette nouvelle marque incarne ce qu'il y a à vivre **En Vendée** et appuie sur la **puissance naturelle du mot Vendée** », indique Guillaume Jean, Président-Directeur général de Vendée Expansion. Si on dit rarement qu'on va en Pays de la Loire, on va toutefois en Bretagne, dans Les Pyrénées, en Vendée. « Ces lieux ont la force **d'incarner à eux seuls un imaginaire assez fort pour devenir la destination du voyage**. C'est un nom qui vient donc tout naturellement et dont la simplicité s'affirme comme une évidence. **En Vendée, tout simplement.** », poursuit-il.

C'est un nom qui nous plonge déjà là-bas : contrairement à un slogan "Vendée : terre de..." ou "Vendée, la...quelque chose"... "En Vendée" nous fait déjà nous sentir sur place, sans prétention, sans adjectif qualificatif superflu. Il prend aussi des sonorités intéressantes. "En Vendée", c'est presque "Enchanté", "invité"... c'est l'accueil dès le nom de marque.



« **En Vendée** », est déclinée pour une application autour de **quatre thématiques stratégiques** qui incarne les valeurs de la Vendée. Chaque thématique possède son propre univers et son propre code couleur :

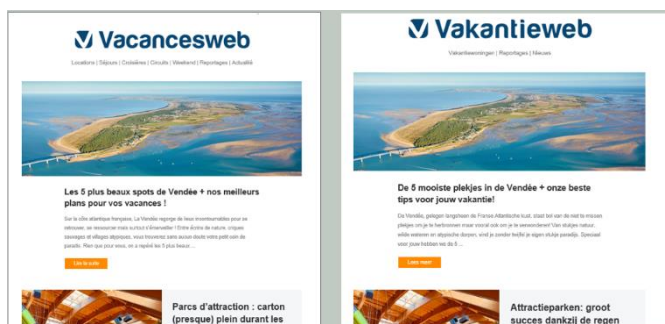
- **Littoral et Nautisme** : pour une Vendée, vive, bleue, rafraîchissante, large... car « En Vendée », on est immergé, vivifié, dépaycé, ressourcé...
- **Terre et Marais** : pour une Vendée, nature, sauvage, luxuriante, ressourçante... car « En Vendée », on est déconnecté et reconnecté, impressionné, apaisé...
- **Gastronomie et Hébergement** : pour une Vendée, accueillante, ouverte, généreuse, étoilée... car « En Vendée », on est épanoui, gourmand, gourmet, invité...
- **Culture et Patrimoine** : pour une Vendée, surprenante, indomptable, insaisissable, riche car « En Vendée », on est curieux, étonné, enrichi, charmé...



La marque Vendée n'est pas seulement connue sur le plan national... Dans certains pays limitrophes tels que la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, la Belgique, on connaît la destination touristique française « La Vendée », associée souvent à la Côte atlantique et au Grand Ouest. « *C'est donc tout naturellement que la marque « En Vendée » se **décline pour une exploitation facile en langues étrangères** : en anglais in Vendée », en néerlandais « in de Vendée » et en allemand « in der Vendée » », précise Guillaume Jean.*



En 2023, Vendée Expansion a renforcé ses actions à l'international pour relancer la fréquentation étrangère. Cette nouvelle marque sera visible sur tous nos supports de communication, sur toutes nos campagnes de communication portées à l'International. Depuis le début de l'année, différentes actions partenariales (magazine, site Internet, réseaux sociaux...) avec le groupe anglais « France Media » et le groupe belge « Rossel et Roularta – vacancesweb » ont démarré. Dès le 27 janvier prochain, la nouvelle campagne digitale « In Vendée » de Vendée Expansion débutera en Irlande du Sud.



En Vendée, une marque à partager

La prochaine étape sera de fournir un kit d'appropriation pour que cette marque puisse être utilisée par l'ensemble des acteurs du tourisme vendéen. Chaque partenaire pourra facilement **identifier son activité « En Vendée »** en y ajoutant son propre nom de marque.

L'objectif du partage de la marque sera de valoriser la place de la Vendée, au niveau régional, national, international en profitant d'un effet multiplicateur. « *Elle permettra de communiquer à l'unisson autour d'une marque fédératrice et d'utiliser la force du collectif.* » informe Guillaume Jean.

Nouvelle signature pour la campagne nationale « En Vendée, je suis vrai ».

Tout naturellement, le message qui sera véhiculé cette année dans les campagnes de communication de Vendée Expansion sera : « **En Vendée, je suis vrai** ». Déclinaison de la nouvelle marque « En Vendée », cette signature traduit un état d'esprit fort qui met en avant l'authenticité et la qualité d'accueil en Vendée. « *« En Vendée, je suis vrai » est une campagne pleine de sens, immersive, qui promeut l'humain, un territoire unique et naturel.* » affirme Guillaume Jean.

Pour mettre en image cette nouvelle signature, Vendée Expansion a sollicité la société vendéenne Asterion PROD. L'agence a réalisé un **spot publicitaire générique de 30 secondes** et **3 spots cibles**. Chacun des 3 spots permet de communiquer spécifiquement auprès de cibles différentes : cible Familles, cible CSP+ et cible Millennials. Plusieurs formats sont disponibles afin d'adapter les messages aux supports média (formats 6, 15, 20 et 30 secondes).



La Vendée en campagne sur TF1 avec un plan média puissant

Le Département a souhaité **renforcer l'attractivité de la destination touristique vendéenne**. Grâce à des prises de parole sur des médias à forte audience, cette campagne permettra de développer la considération de notre destination dans l'esprit des vacanciers français. « *La campagne permettra de consolider nos parts de marché auprès du cœur de **cible traditionnel** « Familles » et d'attirer une **clientèle haut de gamme**, tout en mettant en avant nos valeurs d'accueil et d'authenticité.* », s'exclame Guillaume Jean.

« *Cette campagne a également pour objectif de **soutenir les hébergeurs touristiques vendéens et de booster les réservations early booking**.* », poursuit-il. Une campagne digitale nationale sera ainsi lancée dès la fin janvier. Plus de **150 offres promotionnelles de nos professionnels du tourisme**, hôtels, campings, résidences, villages vacances, gîtes, seront à saisir sur le site internet en-vendee.com.

A l'exemple de l'offre Gîtes de France Vendée : 10% de remise sur la 2^{ème} semaine consécutive. Offre valable du 10 janvier au 31 mars 2023 pour un séjour allant jusqu'au 8 juillet 2023.

A l'exemple de l'offre du Club des hôteliers du Pays Yonnais : 10% de remise sur les réservations faites en direct avec le Code LRY2023 (valable jusqu'au 31/03/2023, sous réserve de disponibilité et de réservation auprès des hôtels par mail ou téléphone minimum 1 mois avant la date d'arrivée).

Avec un **budget publicitaire de 600 000€ HT**, la campagne télévisuelle se déroulera sur **3 semaines, du 26 février au 19 mars 2023**, et pourra ainsi bénéficier de la couverture exceptionnelle offerte par les chaînes du groupe TF1 qui touchent chaque jour plus de **30 millions de Français**. Avec **plus de 800 spots diffusés en TV**, dont **80 sur TF1**, Vendée Expansion opère un **plan média puissant**, notamment auprès de la **cible stratégique des Femmes Responsables des Achats avec Enfants et de la cible CSP +**, complété par une importante présence digitale sur **MYTF1**, ainsi qu'en **TV segmentée**.

Dans un premier temps, le spot générique de 30 secondes sera diffusé largement pour installer le message puis nous basculerons sur les spots cibles de 15 secondes afin de maximiser la répétition.

Le mix de chaînes du groupe TF1 permettra de **toucher toutes nos cibles** : **TMC** pour toucher les urbains actifs (Familles et CSP+), **TFX** pour les Millennials, **TFX et TF1 Séries Films** pour les familles avec enfants, **LCI** pour les CSP+ et **Ushuaïa TV** pour ceux qui aiment la nature et l'évasion.

La répartition horaire des spots sur TF1 nous permettra **d'être visible autour de programmes fédérateurs et affinitaires**, lors des séries télé, des émissions de télé-réalité appréciées des téléspectateurs et lors de la diffusion des grands magazines premium du week-end tels que : Grands Reportages, Sept à Huit, 50min Inside...

Complémentaire à la campagne télévisuelle, Vendée Expansion a prévu une **importante présence digitale** sur **MYTF1** ainsi qu'en télévision segmentée. Cette campagne permettra de cibler directement l'audience souhaitée par sa géolocalisation et son profil socio-démographique (cible « Millennials », les jeunes entre 25-35 ans et les cibles familles et CSP+). Cette campagne se déploiera **en replay TV** sur **MyTF1** (leader incontesté sur le replay TV) ainsi que sur **la télévision segmentée** sur les chaînes du groupe TF1.

En tout, le spot « **En Vendée je suis vrai** » sera affiché **plus de 5 millions de fois** sur les écrans des Millennials, familles et CSP+ Français.

Ce dispositif sera complété sur **Youtube** et par des **campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux @envendee Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn** tout au long des **5 mois de campagne**.

« Rendez-vous donc dès le 25 janvier sur nos réseaux sociaux @envendee pour découvrir les spots.

Le 25 janvier sera également la date de parution du nouveau magazine « Sensations Vendée ». Il entamera sa diffusion dans les espaces « Grand voyageur » de la SNCF, auprès des principaux CE du bassin parisien, dans les salles d'attente des coiffeurs, concessionnaires... du Grand Ouest.

... et le dimanche 26 février après le JT de 20h sur TF1, visionnez le spot de 30 secondes, pour un lancement de la campagne TV en prime time ! », conclut Guillaume Jean.