

BORDEAUX S’AFFICHE AVEC UN GRAND AIR



Le territoire national va être largement plébiscité par les voyageurs français cette année. Afin de les inviter à découvrir ou redécouvrir la destination Bordeaux, l’Office de tourisme et des congrès de Bordeaux métropole lance une vaste campagne de communication inspirationnelle et impactante : Bordeaux avec un Grand Air. Cette campagne s’inscrit dans un plan de relance global qui touchera à la fois les cibles nationale et locale sur les segments agrément et affaires.

Lancée vendredi 12 juin, la campagne de communication nationale **Avec un Grand Air** entend positionner Bordeaux comme une destination riche et surprenante, proche et séduisante pour les longs week-ends d’été et pour l’automne. Elle a également été pensée pour renforcer l’image de Bordeaux en tant que destination d’accueil d’événements professionnels & incentives.

Au cœur du dispositif, le **trptyque bordelais « Patrimoine, Vigne, Océan »** : une ville d’art et d’histoire inscrite au patrimoine mondial de l’UNESCO au cœur d’un vignoble permettant de vivre une multitude d’expériences sensorielles et à deux pas d’un océan dont la force et la beauté ressourcent.

On retrouve dans les propositions une invitation à découvrir ce qui fait l’ADN de Bordeaux, ses sites incontournables et de son environnement proche.

- Lever la tête et **Rêver** dans ce Bordeaux UNESCO aux 350 édifices classés
- Goûter à l’hospitalité de nos vignerons et **Ressentir** le caractère unique d’un terroir
- **Se Retrouver** en famille ou entre amis en terrasse ou sur les bords de Garonne
- **Réenchanter** sa vie en visitant les musées et les expositions de Bordeaux
- **Redécouvrir** les grands sites touristiques ou le plaisir d’une balade sur le fleuve
- **Se Ressourcer** dans un hébergement de charme au cœur du centre historique
- **Regarder au loin** ... jusqu’aux plages océanes à 45 minutes à peine
- **Rassembler** les forces vives de son secteur pour faire émerger de nouveaux projets d’envergure
- **Remotiver** ses équipes avec un incentive inédit en ville, au bord de l’eau ou au cœur du vignoble.

Découvrir les visuels de la campagne

Cette notion de Grand Air prend pleinement en compte le besoin de se retrouver entre amis, en famille, à la quête d’espaces et de rêves, mais aussi à la recherche de sérénité et de sensations après une longue période de confinement.

Jouant sur le double sens de la sonorité Air, elle décline différents visuels avec des verbes positifs et enthousiasmants commençant par un R et fait écho bien entendu au site www.unairdebordeaux.fr, webzine de Bordeaux Tourisme incitant les Bordelais à voyager local.

Les visuels dédiés à la cible tourisme d’affaires réaffirment le besoin qu’ont les entreprises de rassembler et retrouver leurs collaborateurs, clients & partenaires et que Bordeaux a tous les atouts. Ils jouent sur les singularités de la destination : des infrastructures congrès et expositions parmi les plus vastes d’Europe et un terrain de jeu multiple pour les incentives.

Largement diffusée via les réseaux sociaux, la campagne cible l’Île de France et les grandes métropoles françaises facilement accessibles en train, avion ou voiture, et sera prochainement complétée par une vidéo.