

## L'office de tourisme joue l'atout de l'originalité

**Le drive à la M\*cDo ?!  
Ici on connaît pas !**



Destination Cœur Sud-Ouest  
Marciac - Madiran - St Mont

[www.coeursudouest-tourisme.com](http://www.coeursudouest-tourisme.com)

L'office de tourisme joue l'atout de l'originalité

L'Office de tourisme Cœur Sud-Ouest, officiant pour le Pays du Val d'Adour et donc les 3 communautés de communes que sont Armagnac-Adour, Bastides et Vallons du Gers, et Adour Madiran, lance une nouvelle campagne de communication au ton décalé et légèrement provocateur afin de faire réagir la cible de proximité et la cible des résidents secondaires de la destination à qui s'adresse principalement cette campagne.

(Dont les résidents anglais, d'où une traduction de chaque publication dans la langue de Shakespeare supervisée par une Anglaise, membre du club Ambassador de l'Office). Une campagne publicitaire de notoriété peu onéreuse puisque principalement véhiculée par la méthode virale des réseaux sociaux et basée sur l'humour que la cible n'aura aucun mal à propager et à partager sur les réseaux.

Ce sont souvent les premiers concernés qui sont les moins bien renseignés. Force de cette constatation, l'humour est donc un très bel angle pour choisir de communiquer auprès de cette cible qui souvent méconnaît les atouts offerts dans la région où il vit.

L'Office de Tourisme réfléchit également à éditer, cette campagne publicitaire sur cartes postales. Le principe est donc de composer un visuel avec un humour décalé, et de l'accompagner avec une « Punchline » accentuant ce côté humoristique.

L'OT a construit une série de 10 visuels basée sur des thématiques différentes : Grands Espaces – Gastronomie – Circuits courts et bons -produits – Œnotourisme – Culture – Patrimoine. Saint-Mont, Riscle, le drive à la Mac-Do Ici, on ne connaît pas !