Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le 19/03/2025
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

DEPARTEMENT DE LA HAUTE-SAVOIE

ARRONDISSEMENT DE ST JULIEN-EN-GENEVOIS

REPUBLIQUE FRANCAISE

GROUPEMENT LOCAL DE COOPERATION TRANSFRONTALIERE POUR L'EXPLOITATION DU TELEPHERIQUE DU SALEVE

SIEGE : Mairie d'ETREMBIERES – Place Marc Lecourtier 74100 ETREMBIERES

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DE L'ASSEMBLEE

OBJET :

APPROBATION DU PROGRAMME D'ACTIONS, DE PROMOTION ET DE VALORISATION DU TELEPHERIQUE 2025 PROPOSE PAR LE DELEGATAIRE STS

N°A-2025-05

Séance du : **7 mars 2025**

Convocation du : **26 février 2025**

Nombre de membres en exercice au jour de la séance : 14

Présidente de séance : Madame Anny Martin

Secrétaire de séance : Monsieur Christian Aebischer

Membres présents : Christian Aebischer, Patrick Antoine, Roxane Dupommier, Dominique Frei, Anny Martin, Jean-Marie Martin, Christine Ricci, Jean-Michel Vouillot,

Membres représentés :
Gabriel Doublet par Françoise Magdelaine suppléante,
Béatrice Manzoni par Pierre Bonnet suppléant,
Ludovic Wiszniewski par Badia Chalel suppléante,

Membres excusés : Marc Châtelain, Christian Dupessey, Bertrand Konate,

Le GLCT TS pour l'exploitation du téléphérique du Salève (GLCT TS) a délégué l'exploitation du téléphérique à la Société du téléphérique du Salève, STS, par contrat d'affermage en date du 26 mars 2019, pour la période allant du 1er avril 2019 au 31 mars 2031.

L'article 18.1 du contrat d'affermage stipule que le délégataire s'engage à développer et à promouvoir le service délégué. A cette fin, il mène des actions de communication dans le cadre d'un plan pluriannuel dont le contenu est susceptible de varier en fonction des évolutions constatées d'une année sur l'autre.

Ainsi, le délégataire propose chaque année au GLCT TS un programme d'actions de promotion et de valorisation du téléphérique en lien avec les partenaires concernés. Les propositions du délégataire en matière de développement et de promotion du téléphérique du Salève doivent être compatibles avec les orientations définies dans la stratégie touristique d'Annemasse-Agglo, celles définies par le canton de Genève et par le Syndicat mixte du Salève. Il devra également être conforme aux différentes exigences réglementaires environnementales et paysagères du site du Salève (Directive Paysagère, arrêté préfectoral de protection de biotope,…).

L'année 2025, sera la première année complète d'exploitation après les travaux de réhabilitation des gares du téléphérique et de leurs abords et la réouverture des espaces de restauration. Les enjeux, de communication et de fidélisation notamment en direction des locaux, sont donc importants.

Deux axes principaux, déclinés ensuite en actions, sont ainsi proposés par le délégataire pour l'année 2025 :

1. Culture et patrimoine : en s'appuyant sur l'impact des prix décernés au projet de réhabilitation et notamment l'Equerre d'Argent 2024,

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le 19/03/2025
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

Cibles concernées : bureaux d'architectes, professionnels de la construction et étudiants, voyagistes, établissements pour séniors, entreprises, familles et actifs locaux ;

2. Evasion : en faisant du site un véritable lieu d'évasion et un incontournable de la région
   Cibles concernées : touristes internationaux, familles et actifs locaux ;

L'assemblée, entendu l'exposé du rapporteur, après en avoir délibéré à l'unanimité,

APPROUVE le programme d'actions de promotion et de valorisation du téléphérique pour l'année 2025 tel que proposé par STS et présenté en annexe.

La Présidente,
Anny Martin

Signé électroniquement par : Anny MARTIN
Date de signature : 13/03/2025
Qualité : GLCT - Presidence

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours gracieux devant Madame la Présidente du GLCT TS dans le délai de deux mois à compter de son affichage ou de sa notification.
Un recours contentieux peut également être introduit devant le Tribunal administratif de Grenoble dans le délai de deux mois à compter de la notification de la délibération ou de sa date d'affichage, ou à compter de la réponse du GLCT TS, si un recours gracieux a été préalablement déposé.

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le 19/03/2025
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

TÉLÉPHÉRIQUE DU SALÈVE

STRATÉGIE ET PLAN MÉDIA **2025**

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

1.
CONTEXTE

STRATÉGIE ET PLAN MÉDIA **2025**

2024...

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

AVANTAGES

- **Une identité visuelle bien installée** auprès des locaux : Loisirs & Professionnels
- **4 campagnes de promotion** auprès des locaux loisirs (famille, sportifs, actifs, ...)
- Le site a accueilli **Les Panoramiques du Salève** (Café 1100, le restaurant Vertiges et ses espaces professionnels)
- Le Téléphérique du Salève a reçu le prestigieux **prix d'architecture de L'Équerre d'Argent**

INCONVÉNIENTS

- **Une baisse du trafic dû à l'arrivée tardive des offres de restauration et à la météo**
- **Une image perçue sur le prix** par les locaux loisirs : donner du sens pour revenir en 2025
- **Un manque d'informations sur l'évolution du site et des offres** par les partenaires & professionnels

LIMITED SHARING

ENJEUX 2025

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

- **Ré-affirmer le positionnement du Téléphérique du Salève** en tant que lieu d'expériences et non simplement d'une remontée mécanique.
- **Construire des offres & communiquer avec Les Panoramiques du Salève** pour accroître la notoriété du site
- **Dynamiser les périodes creuses** avec des cibles complémentaires
- **Fidéliser les clients locaux** (loisirs : familles, actifs et sportifs)
- **Faire venir les clients professionnels**
- **Capter les touristes** lors de leur venue sur le territoire

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

2.
CULTURE & PATRIMOINE

STRATÉGIE ET PLAN MÉDIA **2025**

ENJEUX CAMPAGNE

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

➔ Dynamiser les périodes creuses en attirant de **nouvelles cibles** (architectures, passionnés et amateurs d'art, étudiants en arts, professionnels) et les **agences de voyages/autocaristes, les EPHAD/EMS**

➔ Attirer les **loisirs du territoire et de la région** en offrant une expérience "culture et patrimoine"

- Donner une bonne raison aux locaux de revenir (famille, actifs)
- Inciter les visiteurs de la région à se déplacer au Salève

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

DISPOSITIF DE LA CAMPAGNE

Créer une campagne de communication s'appuyant sur un storytelling et une direction artistique qui reflètent la richesse et l'authenticité du site. Cette campagne va s'appuyer sur la forte notoriété de la récompense du prix d'architecture l'Équerre d'Argent 2024.

DISPOSITIF :

- Concept appliqué à une affiche A3
- Création de contenu : Visuel et textuel (storytelling, discours, présentation...)
- Kakémono
- Articles de blog (site web STS) - Référencement SEO
- Emailing, mailing France/Suisse
- Campagne affichage TPG
- Opération presse & partenariats
- Réseaux sociaux

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

OPÉRATION PRESSE & PARTENARIATS

1. **L'opération presse & partenariats, un incontournable de la campagne Culture & Patrimoine.**
2. **La cible d'architectes, les amateurs de patrimoine, les entreprises ou même les actifs sont informés de la ré-ouverture du Téléphérique, mais ne sont pas au courant des activités sur place ou de la présence des Panoramiques du Salève et n'ont donc pas de raison particulière de revenir au Salève à part pour la vue.**
3. **Création d'une offre en adéquation : Accès + Restauration + Visite Thématique (à adapter selon la cible avec le CAUE ou La Maison du Salève).**

DISPOSITIF :

- Créer un espace presse sur le site internet
- Rédiger un communiqué de presse
- Envoi à la presse locale et régionale quotidienne, professionnelle et aux partenaires
- Organisation d'une journée presse avec le GLCT, CAUE, La Maison du Salève, STS et les Panoramiques du Salève

Grand intérêt de la part de **Genève & Lausanne Tourisme** pour diffusion

Estimation du nombre de retombées : 10aine d'articles de presse en France et en Suisse => Augmentation du SEO

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

CIBLES ARCHITECTES, ETUDIANTS

PROFIL

- **Entre 20 et 55 ans, Femmes & Hommes, passionnés par l'architecture, l'art et le patrimoine**
- **Prêt à se déplacer pour venir admirer une oeuvre et comprendre son histoire**
- **Recherchent une offre package à pré-réserver et une qualité de visite supérieure**

ACTIONS À DÉPLOYER :

➔ **Promotion du pack Architecture (mer. au vend. midi) :**
Accès téléphérique + Restauration + Activité

➔ **À coupler avec une visite thématique** organisée en partenariat avec le CAUE et/ou une visite plus complète via l'Agglomération (prévoir 2-3 dates)

MOYENS DE COMMUNICATION :

➔ **Emailing/mailing France et Suisse**
(3492 cabinets d'architectes + 36 écoles)

➔ **Article de blog :** rédaction d'un article sur le prix de l'Équerre d'Argent, sur l'histoire et la rénovation du bâtiment, partenaires (architectes, ...) et offre

➔ **Kakémono STS**

➔ **Réseaux sociaux :**
- Facebook & Instagram : Post, Evénement, Campagne sponsorisée notoriété, Jeu concours sponsorisé (journée presse et partenariats)
- Linkedin : Post, Campagne sponsorisée de notoriété

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

AUTOCARISTES / TOURS OPERATOR

PROFIL

- **À la recherche d'activité à faire figurer dans leur catalogue d'offre**
- **Souhaite bénéficier de solutions clés en main**

CIBLE FINALE

- **Entre 40 et 70 ans, Femmes & Hommes**
- **Amateurs d'architecture, d'art et le patrimoine**
- **À la recherche d'activité lors de leur séjour dans la région**

ACTIONS À DÉPLOYER :

➔ **Promotion du Pack Tour Operator (lun. au vend.)** :
Accès téléphérique + Restauration + Activité

➔ **Promotion du Pack Architecture (mer. - vend. midi) :**
Accès téléphérique + Restauration + activité

➔ **À coupler avec une visite thématique organisée en partenariat avec La Maison du Salève** sur l'histoire du bâtiment, de l'architecte et du site dans sa globalité

MOYENS DE COMMUNICATION :

➔ **Création d'un leaflet général de présentation et distribution** auprès de partenaires et d'agences dédiées

➔ **Emailing/mailing France et Suisse** (58 en France et 715 en Suisse)

➔ **Kakémono STS**

➔ **Création d'un espace professionnel sur le site internet** pour donner des informations avec tarifs & activités en BtoB

➔ **Réseaux sociaux - Linkedin :** Post, Campagne sponsorisée de notoriété

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

EPHAD / EMS

PROFIL

- **Structures médico-sociales**

ACTIONS À DÉPLOYER :

➔ **Promotion du pack Architecture (mer. au vend. midi) :**
Accès téléphérique + Restauration + Activité

➔ **À coupler avec une visite thématique organisée en partenariat avec La Maison du Salève** (entre Mars et Mai)

MOYENS DE COMMUNICATION :

➔ **Document récapitulatif de l'offre**

➔ **Contact priviligié via la FEGEM (fédération genevoise pour structures d'accompagnements pour les séniors)**

LIMITED SHARING

ENTREPRISES (+50 SALARIÉS)

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

PROFIL

- **Entreprises françaises et suisses (romande)**
- **+50 salariés**

ACTIONS À DÉPLOYER :

➔ **Promotion d'une offre BTOB en collaboration avec Les Panoramiques du Salève (lun. - vend.)**
➔ **Offre journée 1 :** Accès téléphérique + Restauration
➔ **Offre journée 2 :** Accès téléphérique + Restauration + Salle séminaire
➔ **Promotion du lieu par le biais de la campagne**

MOYENS DE COMMUNICATION :

➔ **Document de présentation du lieu et des différents espaces**
➔ **Emailing & Mailing à destination des professionnels**
(2223 entreprises en Suisse & 224 entreprises françaises)
➔ **Création d'un espace professionnel sur le site internet**
➔ **Réseaux sociaux : Linkedin**

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

LOCAUX DU TERRITOIRE

PROFIL

- **Actifs, Famille**
- **À la recherche d'activité pour leurs vacances scolaires ou les ponts de mai à faire en couple ou en famille**
- **Sont déjà allés au Salève et ont besoin d'une raison pour y retourner**
- **Ne sont jamais allés au Salève et sont prêts à se déplacer (1h à 2h de voiture) pour passer une journée en famille**

ACTIONS À DÉPLOYER :

➔ **Promotion du pack Architecture Maison du Salève (mer. - vend. midi) :** Accès téléphérique + Restauration
➔ **À coupler avec une visite thématique organisée en partenariat avec La Maison du Salève sur l'histoire du bâtiment, de l'architecte et du site dans sa globalité**
➔ **Code promotionnel à destination de famille** (à partir de 4 personnes - 2 adultes/2 enfants)

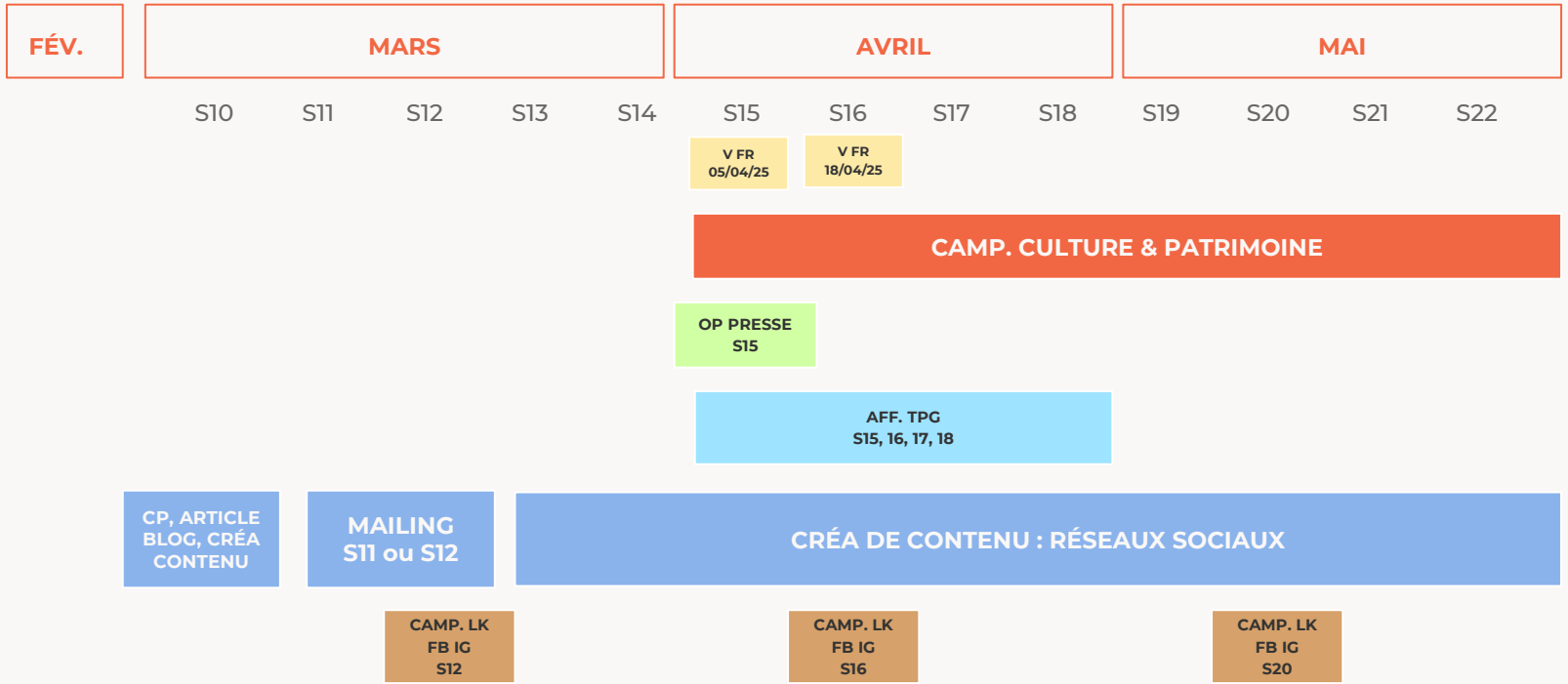
MOYENS DE COMMUNICATION :

➔ **Affiche A3**
➔ **Article de blog sur le contenu spécifique à destination du grand public loisir**
➔ **Campagne affichage TPG**
➔ **Insertion presse Le Messager**
➔ **Réseaux sociaux - Facebook & Instagram :** Posts, Jeu concours, Campagne sponsorisée de notoriété

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

PLANNING CAMPAGNE



LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

3.
ÉVASION

STRATÉGIE ET PLAN MÉDIA **2025**

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

ENJEUX CAMPAGNE

➔ **Faire du site un lieu véritable lieu d'évasion**

➔ **Travailler en collaboration avec Les Panoramiques du Salève** pour accroître l'attractivité du site tant au niveau local que régional

➔ **Fidéliser les clients locaux loisirs** (famille, actifs)

➔ **Attirer les clients régionaux**

➔ **Capter les touristes internationaux**

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

DISPOSITIF DE LA CAMPAGNE

Créer une campagne de communication de notoriété à fort impact, déclinable sur plusieurs saisons (été, rentrée, hiver…). La communication devra s'appuyer sur une signature forte, un storytelling et une direction artistique qui mettent en avant les atouts et les valeurs liés à la destination. Il faut traduire l'émotion de l'expérience vécue au Salève dans cette campagne, ainsi pour elle pourra porter STS et Les Panoramiques du Salève.

DISPOSITIF :

- Shooting photo
- Concept appliqué à une affiche A3
- Création de contenu
- Affichage en aéroport
- Spot radio
- Communiqué de presse
- Campagne affichage TPG
- Insertion presse et/ou publi reportage
- Réseaux sociaux

LIMITED SHARING

ÉVÉNEMENT LANCEMENT DE SAISON

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

1. **Créer un impact fort dès le lancement de la campagne**
2. **Maximiser la visibilité**
3. **Engager le public et les partenaires**
4. **Créer du contenu engageant**
5. **Marquer les esprits**
6. **Valoriser les pass Evasion, Evasion Sportive, Evasion Sunset… + nouvelles activités du site + agenda**

DISPOSITIF :

- S'appuyer sur l'événement proposé par Les Panoramiques du Salève
- Invitation de la presse et des partenaires
- Article de blog - Référencement SEO
- Réseaux sociaux + jeu concours

S'appuyer sur les retombées pour augmenter la notoriété :
15aine d'articles de presse en France et en Suisse => Augmentation du SEO

Grand intérêt de la part de la **presse locale pour les bons plans**

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

TOURISTES INTERNATIONAUX

PROFIL

- **Entre 18 et 70 ans, Femmes & Hommes**
- **À la recherche d'un lieu incontournable à visiter dans la région**
- **Prêt à se déplacer pour venir admirer une vue et profiter d'une offre complète (restauration et activités)**

ACTIONS À DÉPLOYER :

➔ **Promotion de l'ensemble des offres et activités du Salève**

MOYENS DE COMMUNICATION :

➔ **Affichage en aéroport (FR/EN)**
➔ **Leaflet et dépliants hôtels**
➔ **Création de contenu**
➔ **Article de blog (FR/EN) - Référencement SEO**
➔ **Référencement des offres sur Trip Advisor, Expériences Airbnb**
➔ **Retombées presse**
➔ **Partenariats Genève Tourisme, Lausanne Tourisme**
➔ **Emailing/Mailing ou relance commerciale** (autocariste, tour opérateur, agence de voyage)
➔ **Insertion presse Lausanne Tourisme, Monts Genevois**
➔ **Réseaux sociaux - Facebook & Instagram :** Post, Jeu concours sponsorisé, Campagne sponsorisée notoriété géolocalisée

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

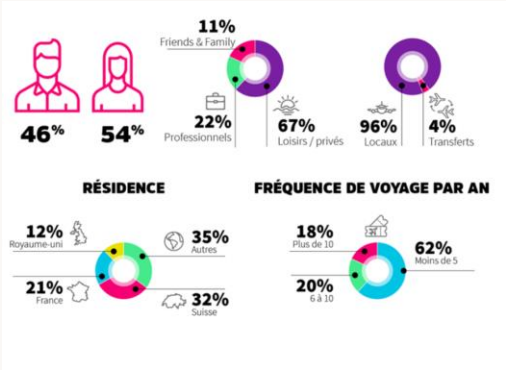
AÉROPORT DE GENÈVE

GENÈVE AÉROPORT

TRAFFIC EVOLUTION

Passengers

	2019	2023	2024	Variation 2024 / 2019	Variation 2024 / 2023
January	1'460'222	1'312'858	1'375'555	-05.8%	+04.8%
February	1'462'660	1'319'812	1'499'676	+02.5%	+13.6%
March	1'723'538	1'449'801	1'650'136	-04.3%	+13.8%
April	1'526'861	1'364'363	1'505'345	-01.4%	+10.3%
May	1'399'049	1'314'962	1'450'637	+03.7%	+10.3%
June	1'507'322	1'323'794	1'453'464	-03.6%	+09.8%
July	1'682'906	1'601'022	1'697'893	+00.9%	+06.1%
August	1'657'082	1'560'814	1'668'015	+00.7%	+06.9%
September	1'453'134	1'391'943	1'479'216	+01.8%	+06.3%
Total	13'872'771	12'639'369	13'779'937	-00.7%	+09.0%



LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

AÉROPORT DE GENÈVE

- Tous secteurs confondus
- Slot 10s toutes les 60 sec
- 1 semaine

= 4310,5CHF

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

LOCAUX (FAMILLE, ACTIFS)

PROFIL

- **Entre 18 et 70 ans, Femmes & Hommes**
- **À la recherche d'un lieu incontournable à visiter dans la région**
- **Prêt à se déplacer pour venir admirer une vue et profiter d'une offre complète (restauration et activités)**

ACTIONS À DÉPLOYER :

- ➔ **Promotion de l'ensemble des offres et activités du Salève**
- ➔ **Event du type « Pâques, Fête de la Nature, Fête acoustique transfrontalière, journée patrimoine »**

MOYENS DE COMMUNICATION :

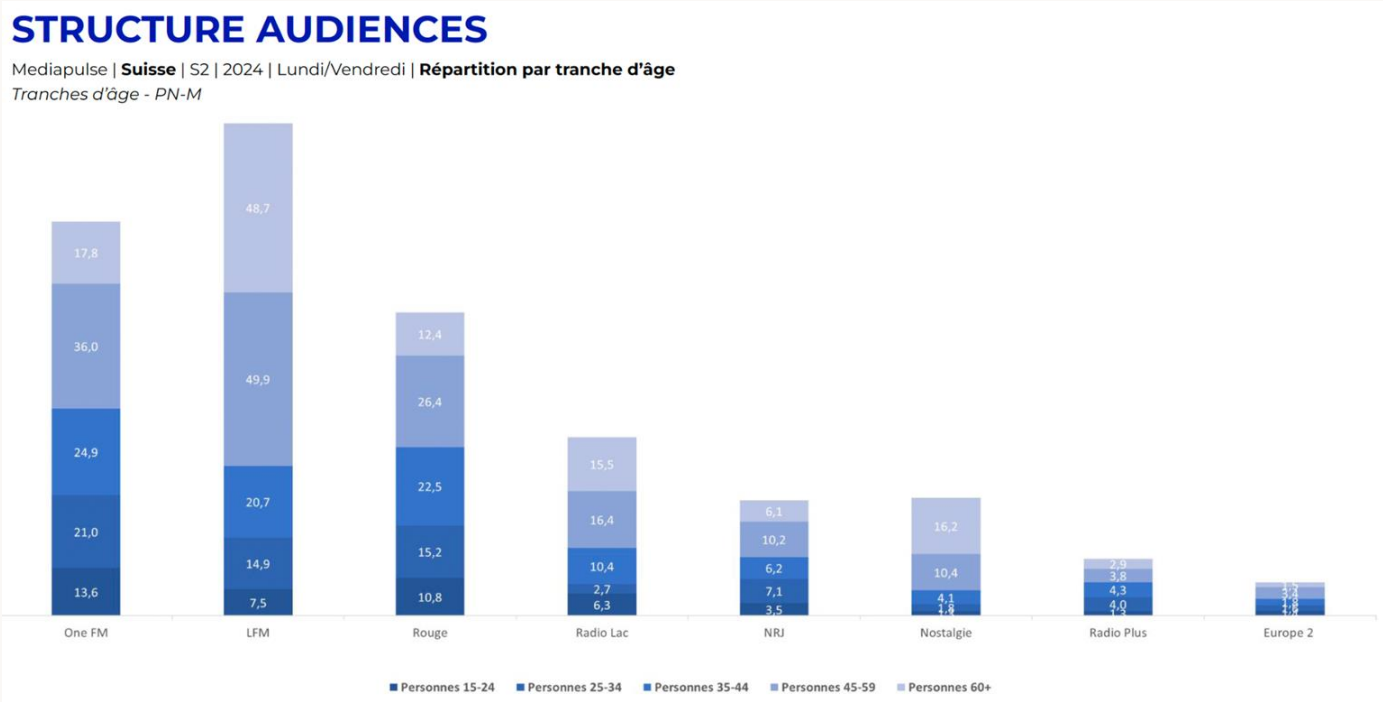
- ➔ **Spot radio**
- ➔ **Création de contenu**
- ➔ **Article de blog (FR) - Référencement SEO**
- ➔ **Campagne TPG**
- ➔ **Retombées presse**
- ➔ **Insertion presse/Publi reportage**
- ➔ **Réseaux sociaux - Facebook & Instagram :**
  Post, Jeu concours sponsorisé, Campagne sponsorisée notoriété géolocalisée

Grand intérêt de la part de la presse locale pour les bons plans

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

SPONSORING RADIO - AUDIENCES



LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

INSERTION PRESSE - LE MESSAGER

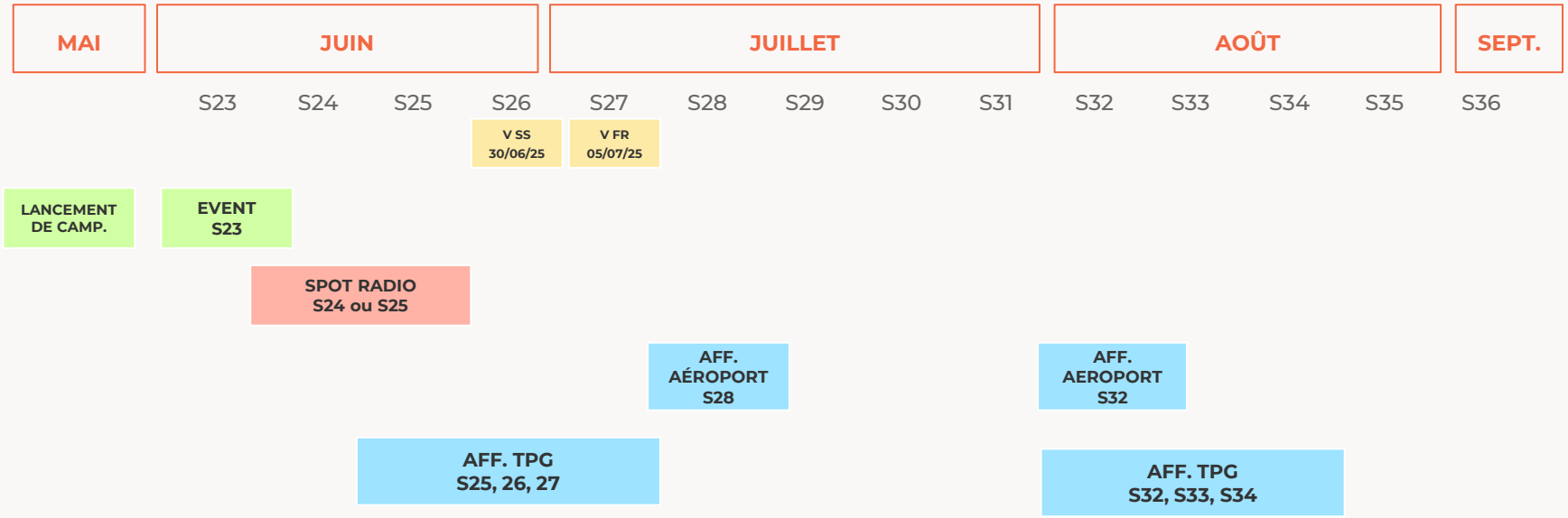
PRINT

STRATÉGIE ET PLAN MÉDIA **2025** | ÉVASION

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

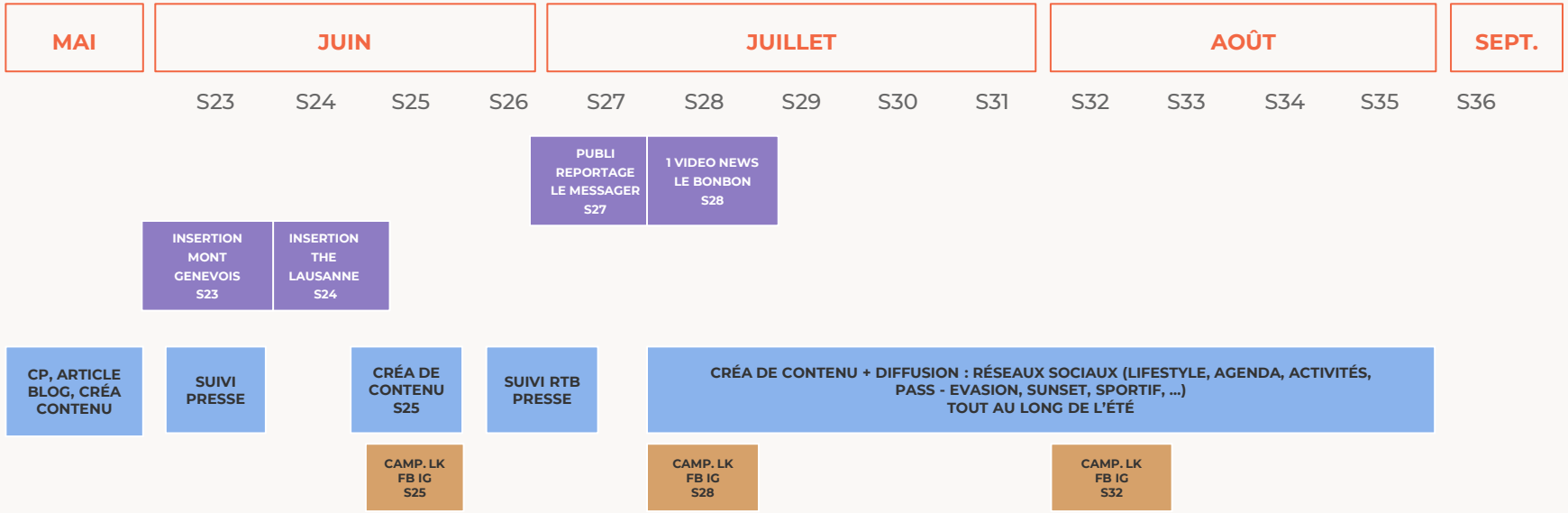
PLANNING CAMPAGNE



LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

PLANNING CAMPAGNE



LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

BUDGET COM EXPÉRIENTIEL

	BUDGET PREVISIONNEL ANNUEL
EXPLOITATION (frais d'hebergement web, app, cout alerte SMS, impression 100 000 tickets, refonte homepage, webcam, signalétique complémentaire, agencement salle pédagogique etc...)	40 000€
FLYER 2025 (impression et distribution)	15 000 €
PUBLICITES, MEDIAS et ACCOMPAGNEMENT MARKETING (création des campagnes print et digitales et suivi)	65 000 €
TOTAL	**120 000 €**

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

4.
COMMUNICATION ANNUELLE

STRATÉGIE ET PLAN MÉDIA **2025**

ACTIONS MARKETING ANNUEL

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

ACTIONS À DÉPLOYER :

- ➔ **Promotion des pass (évasion, sunset, anniversaire, Event, sportif, ...) et billetterie**
- ➔ **Promotion des événements sur le blog**
- ➔ **Diffusion contenu branding**

MOYENS DE COMMUNICATION :

- ➔ **Création de contenu visuel interne :** photos, vidéos en interne
- ➔ **Production de contenu :** photos et/ou vidéos
- ➔ **Réseaux sociaux**
- ➔ **Blog**
- ➔ **Presse & Partenariats**

LIMITED SHARING

Envoyé en préfecture le 19/03/2025
Reçu en préfecture le 19/03/2025
Publié le
ID : 074-200005551-20250307-A_2025_05B-DE

PLANNING ANNUEL

MARS À MAI 2025 : CAMPAGNE CULTURE & PATRIMOINE

JUIN À AOÛT 2025 : CAMPAGNE ÉVASION

RENTRÉE 2025 : RÉÉDITION DES ACTIONS MARKETING EN PUSH SELON LES BESOINS/CIBLES

LIMITED SHARING