

COMMUNICATION DIGITALE

MINUTE PATRIMOINE

Chaque mois, nous poussons les portes de la petite histoire en Cœur de Nacre. Sites remarquables, personnages célèbres, traditions méconnues, bâtiments énigmatiques... les trésors de notre patrimoine prennent vie en vidéo. Dépoussiérons l'histoire !



CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE

Dans le cadre de sa stratégie digitale, Cœur de Nacre tourisme a plusieurs missions, dont celle de valoriser le patrimoine local. **Mais comment évoquer l'histoire régionale ou le patrimoine bâti de façon originale et attractive, notamment sur les réseaux sociaux, auprès de l'audience la plus large possible ?**

L'équipe de l'office de tourisme a eu une idée...

Une petite équipe pluridisciplinaire s'est formée au sein de l'office de tourisme : la première est guide-conférencière, elle se charge de déguster des anecdotes insolites dans les livres d'histoire ou auprès des habitants, la seconde a une imagination débordante et transforme un texte Word en vidéo immersive, la troisième est la cheffe d'orchestre, elle pilote donc le planning social média et la quatrième publie les vidéos chaque mois et analyse les résultats.

OBJECTIFS

- Dépoussiérer le patrimoine, le rendre vivant
- Faire (re) découvrir notre destination touristique de façon innovante
- Valoriser le patrimoine local et susciter l'envie de venir le découvrir
- Éveiller la curiosité des followers et, par la même occasion, leur en apprendre plus sur les curiosités qui les entourent
- Développer la notoriété de Cœur de Nacre sur les réseaux sociaux
- Susciter l'interaction : le partage, le commentaire, le like
- Fidéliser et pourquoi pas augmenter le nombre de followers
- Créer des vidéos inclusives, c'est à dire adaptées à certains types de handicap (sous-titrages, voix off...)

INFOS PRATIQUES

Cœur de Nacre Tourisme est composé de 3 offices de tourisme situés à Courseulles-sur-Mer, Saint-Aubin-sur-Mer et Luc-sur-Mer. L'équipe assure la promotion des 12 communes de l'intercommunalité Cœur de Nacre.

Quelques chiffres :

- 12 km de littoral sur les Plages du Débarquement
- 5 stations balnéaires dont 3 classées Station de tourisme, chacune a son caractère, avec son patrimoine unique mémoriel, architectural et naturel
- 2 musées sur la Seconde Guerre mondiale
- 1 port de pêche
- 2 casinos
- 3 écoles de voile

CIBLES

- Habitants
- Résidents secondaires
- Touristes français de passage

THÈMES ABORDÉS

- Mémoriel
- Patrimoine bâti
- Patrimoine balnéaire
- Espace naturel sensible
- Gastronomie...
- bref, tout ce qui fait notre ADN

EN BREF

Une vidéo "minute patrimoine" thématique au format court publiée une fois par mois sur Youtube et les réseaux sociaux, d'avril à novembre.

LE CONCEPT CRÉATIF

MINUTE PATRIMOINE

L'idée originale qui fait la différence parmi les offices de tourisme

ÉLÉMENTS CLÉS DE LA STRATÉGIE

CANAUX

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Youtube

CRÉATION

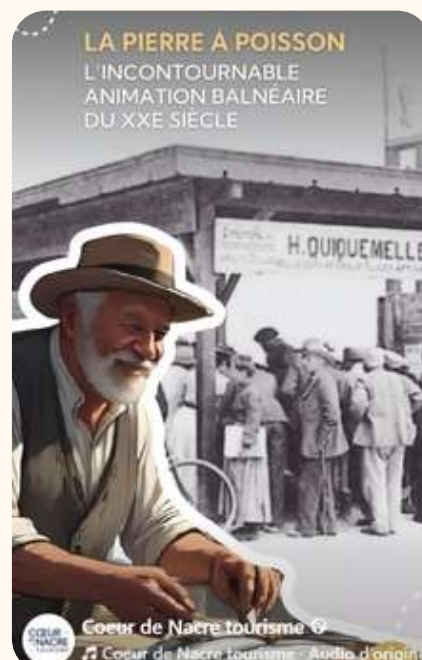
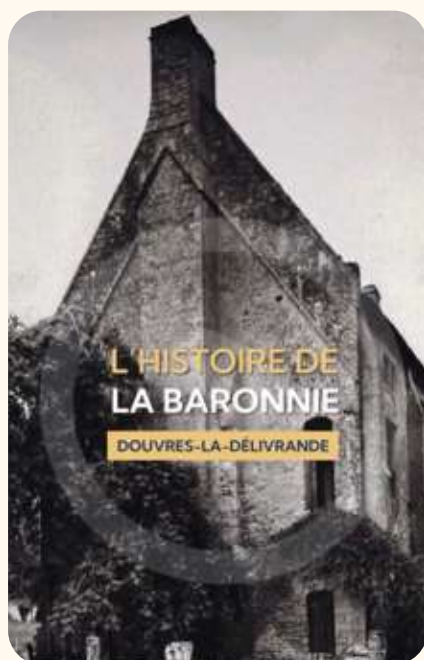
- Montage vidéo
- Miniature Youtube

Un concept qui évolue et se réinvente d'année en année !

INNOVATION

- Evolution : ajout de voix off, musique, générique rendant le contenu plus dynamique et immersif

ÉLÉMENTS VISUELS



RÉSULTATS ET IMPACT

MINUTE PATRIMOINE

Les chiffres parlent d'eux mêmes

QUELQUES SUCCÈS ICI ET LÀ DE NOS MEILLEURES VIDÉOS

La Place du Petit Enfer, pourquoi ce nom ?

- Facebook : 27713 couverture, dont 86% de non followers, 535 interactions dont 106 partages, 112h35 de visionnage
- Instagram : 1787 vues, 26% de non followers, 91 j'aime, 7h48min de visionnage
- Youtube : 90 vues
- Tik tok : 927 vues vidéo, 2h24 de visionnage, 34 j'aime

La Baronnie :

- Facebook : 13 921 couverture dont 75% de non followers, 238 interactions dont 44 partages, 1h16 de visionnage
- Instagram : 1319 vues, dont 14% de non followers, 80 j'aime, 4h de visionnage
- Youtube : 48 vues

Les venelles de Saint-Aubin :

- Facebook : 35047 couverture, dont 63% de non followers, 602 interactions dont 154 partages, 2j22 de visionnage
- Instagram : 4100 vues dont 57% de non followers, 176 j'aime, 7h31 de visionnage
- Youtube : 153 vues

IMPACTS ET RETOMBÉES

Objectifs atteints : intérêt des internautes pour certains des sujets proposés, bons taux d'engagement sur les réseaux sociaux, remarques gratifiantes des followers dont voici quelques témoignages :

"Très instructif cette vidéo, merci !", "Très intéressant", "Belle vidéo !"

Réussite notable : l'une de nos récentes vidéos sur la Place du Petit-Enfer à Luc-sur-Mer qui a suscité un grand intérêt sur les réseaux sociaux et de nombreux commentaires.

Pérennité : Création éventuelle d'un futur podcast sur un format plus long, intégration dans l'envoi de notre newsletter mensuelle, insertion dans le cadre d'article éditio de notre site web coeurdenacretourisme.com

POUR ALLER PLUS LOIN, POUR EN DÉCOUVRIR PLUS

- [La Place du Petit Enfer, pourquoi ce nom ?](#)
- [La Baronnie de Douvres-la-Délivrande](#)
- [Les venelles de Saint-Aubin-sur-Mer](#)
- [La pierre à poissons de Saint-Aubin-sur-Mer](#)
- [Les mystérieuses pierres de la Côte de Nacre...](#)



[à découvrir sur notre chaîne Youtube](#)

