

CAMPAGNE DE RELANCE DOMESTIQUE



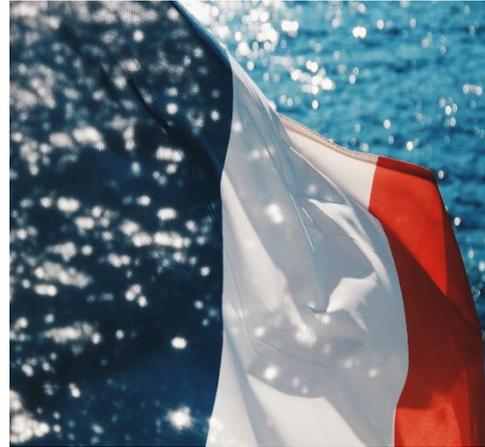
KIT DE CAMPAGNE 2021

OBJECTIFS PRIORITAIRES

Lancement d'une campagne avec dispositif associé permettant de :



PROMOUVOIR le « média » événement (en présentiel) en tant que puissant levier de relance économique. Une brique essentielle à la dynamique et à la relance de la vie économique des entreprises.



RAVIVER le désir et la **VOLONTE** de se réunir pour des événements professionnels **et plus particulièrement en FRANCE** en positionnant la collection de destinations françaises comme destinations de choix pour les événements professionnels à venir.



CAPITALISER sur la **dimension humaine** et valoriser l'importance du lien social auquel l'événement contribue.



RASSURER sur la capacité à organiser un événement dans les meilleures conditions en France (sécurité, flexibilité et réussite). Un secteur qui a su s'adapter aux changements.



CIBLES ET PÉRIODE

Une campagne qui s'adapte en fonction des évolutions de la situation sanitaire sur les mois à venir.



Période de campagne :

Première phase de lancement le 9 JUIN en parallèle de la reprise de l'activité MICE.

Deuxième phase avec amplification de la campagne depuis SEPTEMBRE pour le second semestre.

Plan de médiatisation renforcé sur une période totale de 4 mois et visibilité des contenus tout au long de l'année sur l'ensemble des dispositifs web.

Marché cible prioritaire :

Marché français.

Cibles principales :

Décideurs, annonceurs, organisateurs. Corporate, associations et agences.

Les principaux décideurs (dirigeants, cadres sup...) dans les entreprises, associations, filières professionnelles, et institutions amenées à prescrire/organiser des rencontres et événements professionnels (Séminaire, réunion, convention, conférence, Incentive, team-building, lancement de produit, salon, congrès...)

Mais aussi les décideurs dans les agences MICE.



DESCRIPTIF DE LA CAMPAGNE

CRÉER

INSPIRER

CONVAINCRE

AMPLIFIER

Mécanique de campagne

1/ Un **UNIVERS GRAPHIQUE**, une **SIGNATURE** et un **HASHTAG** qui seront le fil rouge de l'ensemble du dispositif de campagne.

2/ La production et la diffusion de **CONTENUS INSPIRANTS** : vidéo France, chroniques, interviews de personnalités, reportages relatifs à l'organisation d'événements en présentiel ainsi qu'un tour de France des destinations pour l'accueil des événements (capsules villes).

3/ Un **SITE** www.monevenementenfance.fr, porte d'entrée de la campagne pour valoriser l'ensemble des contenus. Plan de médiatisation associé (web / RS). Le site héberge :

- Des chroniques et reportages exclusifs.
- Un carte avec capsules vidéo associées pour découvrir la collection de destinations.
- un « mur social » agrégeant l'ensemble des posts.

4/ Un **PARTENARIAT MEDIA** avec la presse pour porter le message de la campagne, amplifier sa visibilité et atteindre la cible des décideurs et dirigeants français : [Les Echos](#) (depuis juin) et [Challenges](#) (depuis septembre).

Rassembler
PARTAGER
Relancer

MonÉvénementEnFrance

COMMENT PRENDRE PART AU DISPOSITIF?



ACTEURS DU SECTEUR MICE, CONTRIBUEZ !



Quels avantages pour les acteurs du secteur ?

- Contribuer positivement à une campagne nationale en valorisant le média événement comme levier de relance et en témoignant de la reprise des rencontres et événements professionnels* dans les meilleures conditions malgré le contexte.
- Donner de la visibilité à vos contenus sur une plateforme qui sera mise en avant sur différents espaces media .

1 **DEVENEZ CONTRIBUTEUR DU**
“SOCIAL WALL” EN POSTANT
SUR VOS RESEAUX SOCIAUX

Postez sur LinkedIn et/ou sur Twitter avec le
#MonÉvénementEnFrance et/ou

#CréerLÉvénement

pour que vos contenus remontent dans le
social wall sur monevenementenfrance.fr



2

PREPAREZ VOS CONTENUS

Témoigner de la reprise des événements en s'appuyant sur des case study.

Mettre en avant les expériences à vivre en France à travers les rencontres et événements professionnels.

- Live sur des événements professionnels.
- Témoignage, interview d'organiseurs et de participants.
- Idées d'activités pour le segment incentive/team building.
- Nouvelles solutions innovantes proposées.
- Réassurance sanitaire.
- Engagement en matière de développement durable.

FORMAT :

Privilégiez les contenus récents avec des photos prises en direct et des formats vidéos courts.





2

PREPAREZ VOS CONTENUS

Les valeurs à incarner dans vos contenus :

L'importance des rencontres et événements professionnels en présentiel qui facilitent le développement de nouvelles coopérations et du partage des savoirs, accompagnent les réussites, instaurent la confiance, resserrent les liens et l'esprit d'équipe dans les entreprises.

Autant que possible, incarner ces valeurs à travers le témoignage des décideurs pour donner plus de poids au message.

Dans le choix des images, veiller scrupuleusement à montrer des situations qui respectent les règles sanitaires en vigueur et autres protocoles propres au secteur. Cela relève de la responsabilité de chacun pour ne pas discréditer l'ensemble de la profession.





**france congrès
et événements**
Développer l'attractivité des territoires