

Réseaux sociaux

Stratégie de communication

Présence incontournable sur les réseaux sociaux pour promouvoir la destination, les acteurs, et véhiculer des messages importants.

L'Office de tourisme dispose d'une présence digitale développée sur : Facebook, Instagram, Youtube et LinkedIn.

Quelques statistiques (au 31/08/2025)

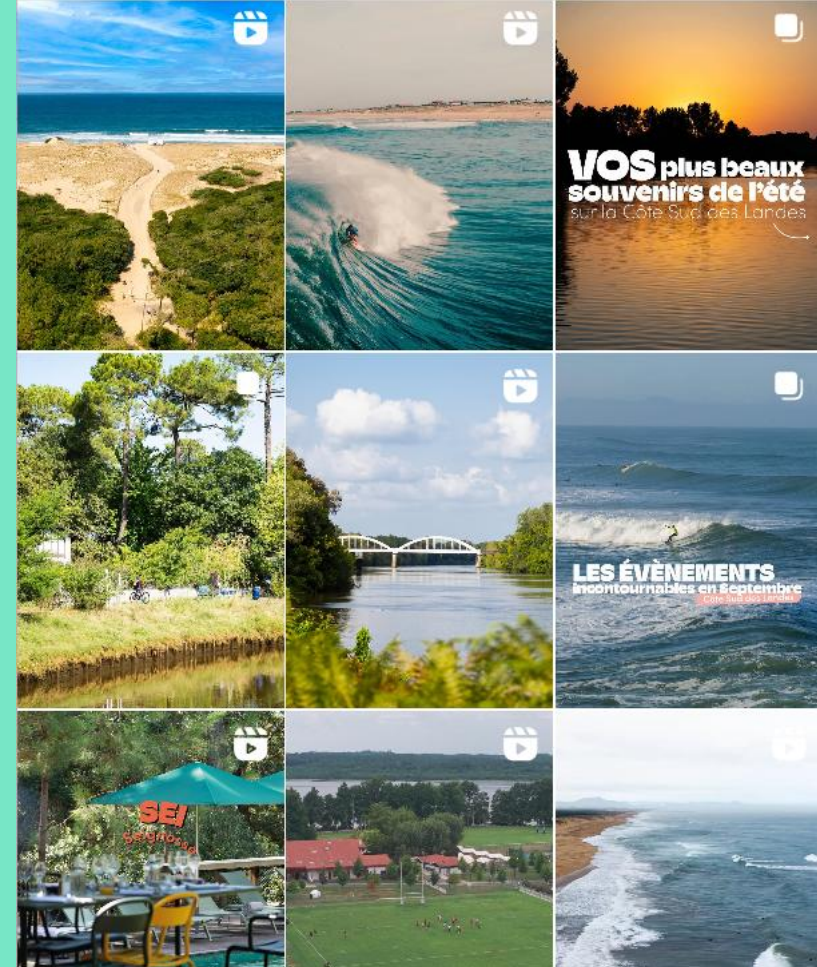
Facebook :

- 48 000 personnes abonnées
- 9.5 millions de vues sur toutes nos publications confondues

Instagram :

- 33 800 personnes abonnés
- + de 3.5 millions de vues sur toutes nos publications confondues.

Une belle communauté avec différents types de publics : les habitants, la clientèle touristique, les résidents secondaire et les partenaires



Les grands axes de la stratégie éditoriale



La gestion des réseaux sociaux, un travail à temps plein toute l'année. Articulation autour de différents axes de communication selon une stratégie éditoriale précise :

Promotion d'un tourisme 4 saisons

Nos réseaux sociaux vivent à l'année avec une promotion du tourisme 4 saisons. Tous les contenus sont adaptés en fonction de la saison actuelle. Cliquez pour découvrir les exemples :

[Automne](#) - [Hiver](#) – [Printemps](#) - [Eté](#)

Promouvoir l'ensemble du territoire

<https://www.instagram.com/reel/DKNFZhoKiNw/>

Promotion d'un tourisme raisonnable et raisonné

sensibilisation positive, bons gestes à adopter :

<https://www.instagram.com/reel/DM2JJCYiy7N/>



Les types de contenus

Quelques exemples :

Pratique

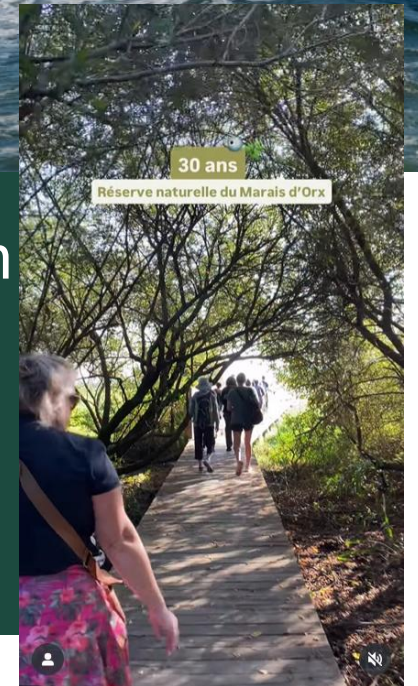
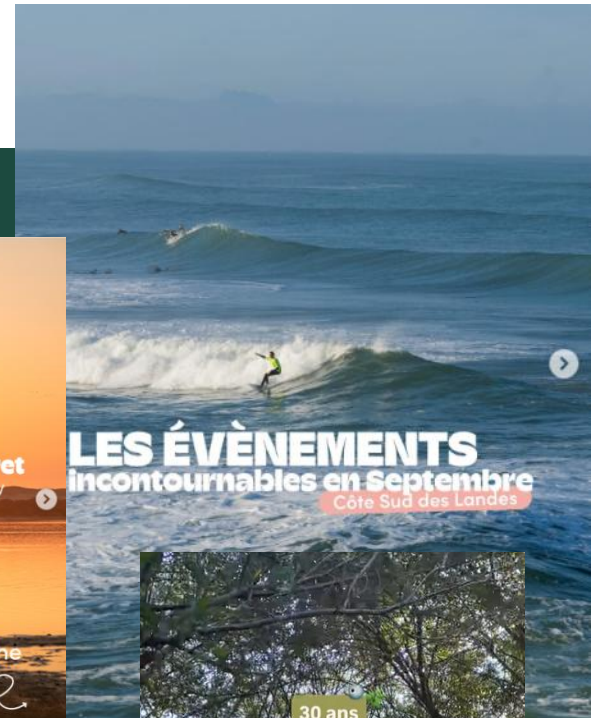
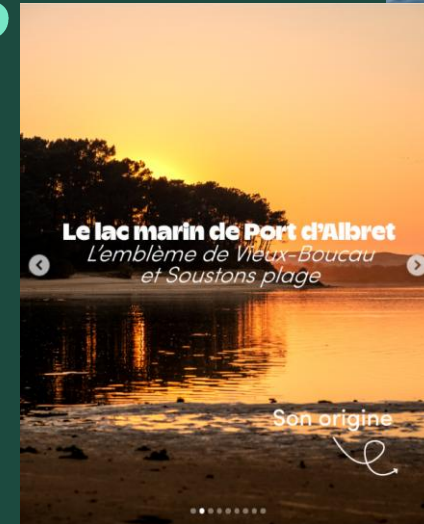
Retour sur évènement

Historique

Sensibilisation

ou Séduction pour donner envie de découvrir la destination

➡ Ce sont des contenus à repartager auprès de vos communautés = des ressources pour vous



Partenariat Tête d'affiches

L'Offre de partenariat "Têtes d'affiche", permet de bénéficier d'une vidéo personnalisée de votre activité sur nos réseaux sociaux. C'est une belle vitrine de visibilité, que vous soyez un restaurant, une boutique, une activité.

Comment ça se passe ?

1. Eloïse, community manager à l'Office de tourisme, prend contact avec vous pour **programmer une date de rendez-vous** (tournage)
2. Elle **se rend chez vous pendant 1 à 2h pour filmer votre activité** et prends le temps nécessaire pour faire toutes les images.
3. **Montage**, écriture et pose de la **voix off** sur la vidéo, puis **publication**.
4. **Retouche** les photos et **envoi** du pack photos que vous pouvez utiliser librement.

> Contenu totalement personnalisé, publié avant ou pendant la saison estivale, en collaboration avec votre compte Instagram, ce qui vous permet de bénéficier de notre communauté.

Exemple : la [vidéo réalisée pour la Ferme Darrigade](#) cette année

