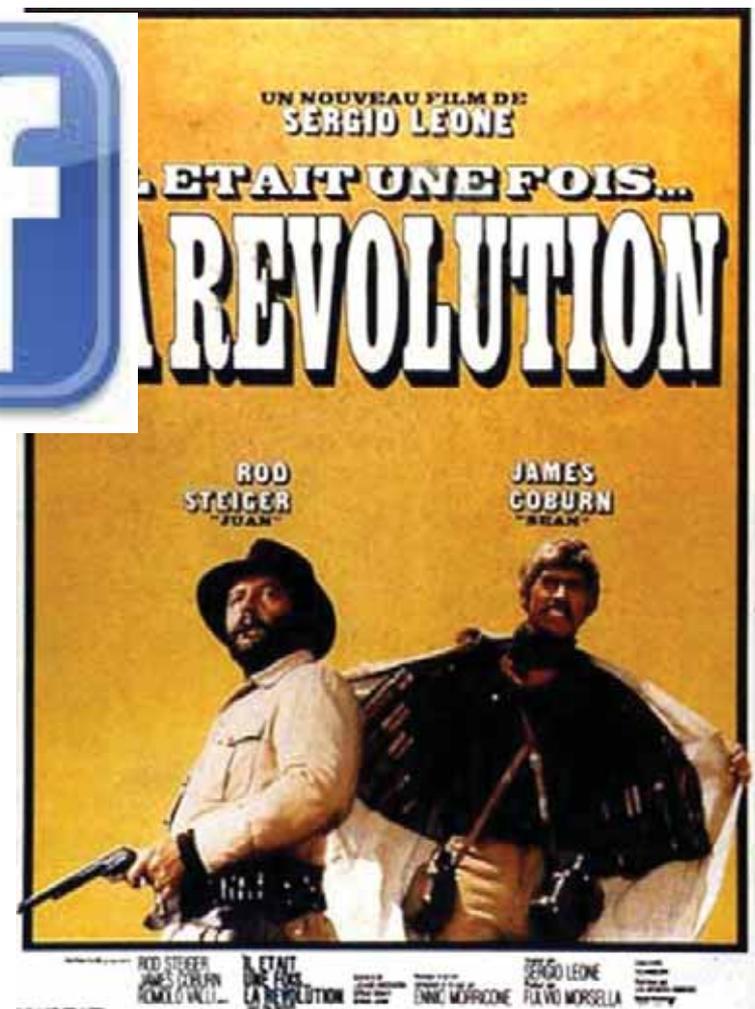
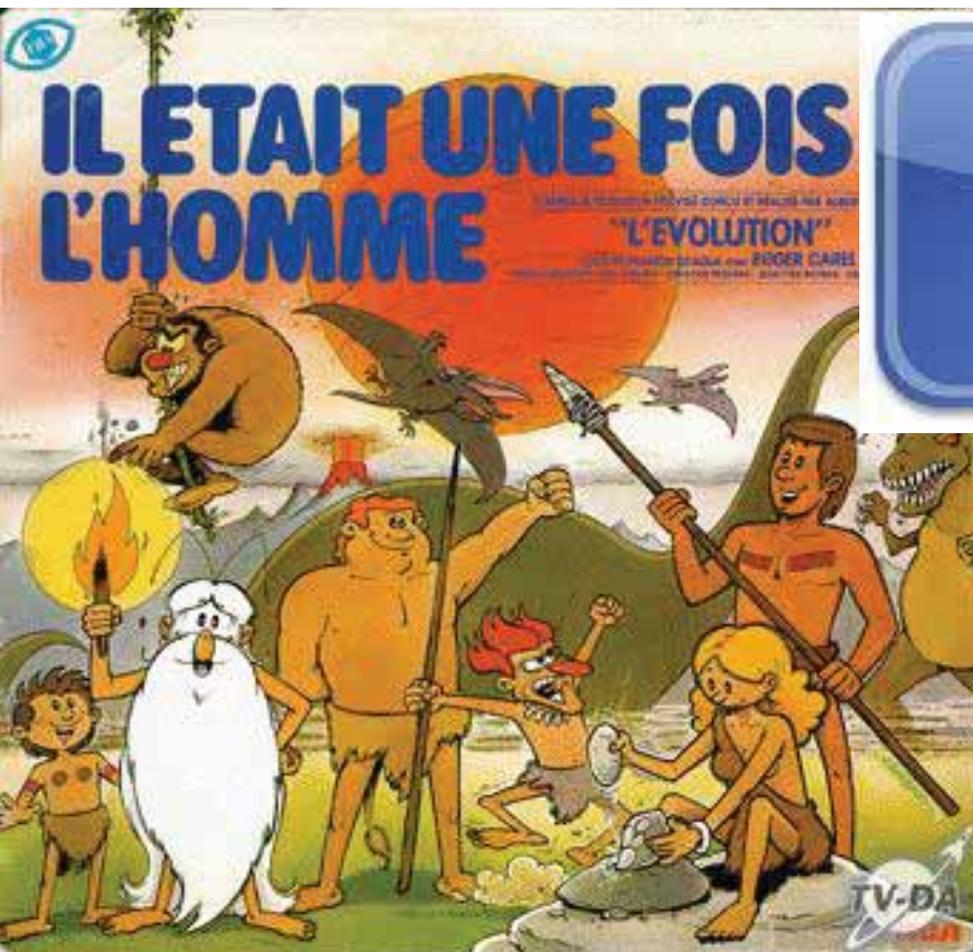


Brive 100 % Gaillard



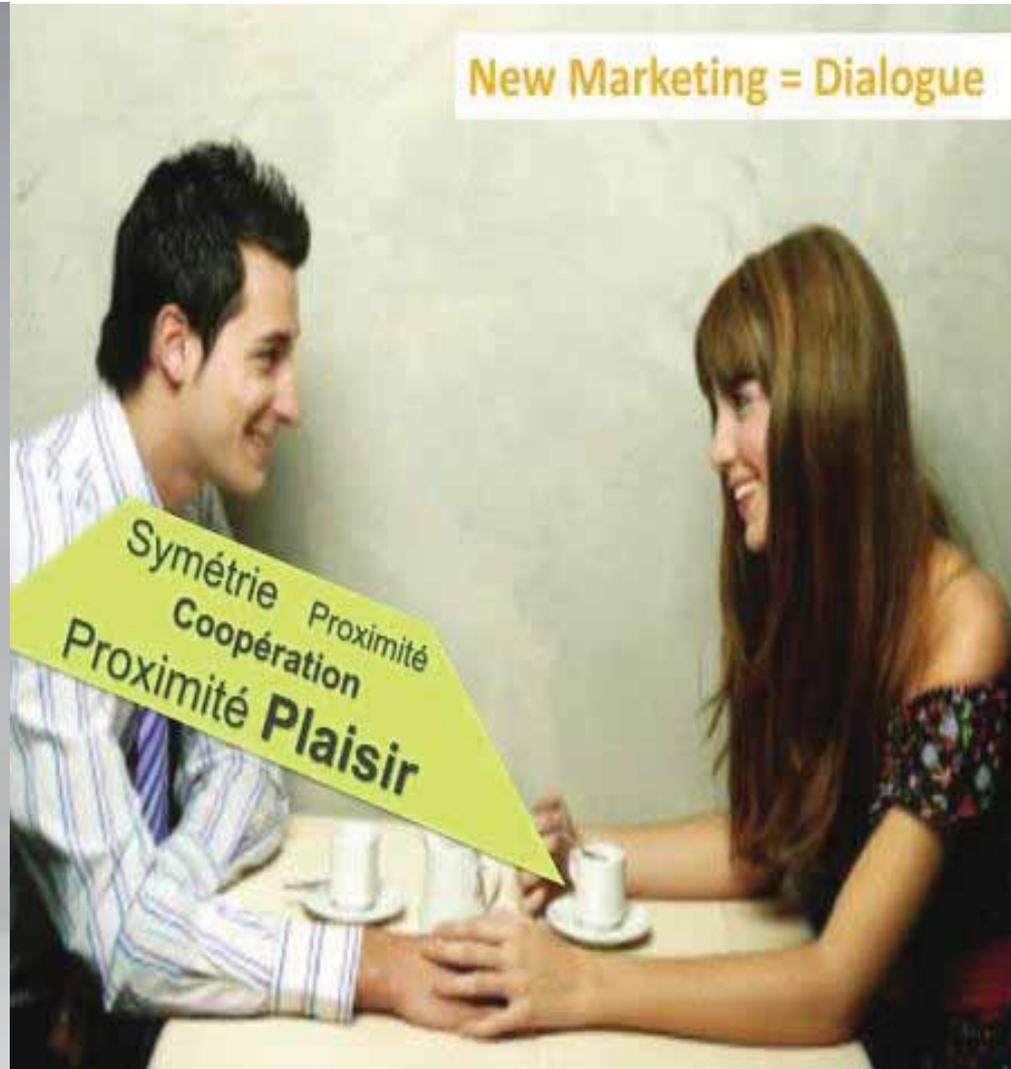
Il était une fois... Une marque née des réseaux sociaux



Hier



Aujourd'hui



Vers une nouvelle façon de communiquer

Ce ne sont pas uniquement les campagnes de publicité, les stratégies marketing qui déterminent la réputation d'une marque et qui garantissent ses profits durables.

Ce sont **les millions de conversations et d'emails échangés** entre les membres d'une même famille, les groupes d'amis et de collègues tout au long d'une année.



Brive 100% Gaillarde Ou comment créer une Marque partie du Web 2.0

Une stratégie menée depuis plusieurs années autour de **la E-réputation de Brive-la-Gaillarde.**

A travers

- un positionnement différenciant et repérable (Brive100%Gaillarde),
- un ton de communication décalé,
- un repère fort, symbole de la personnalité gaillarde (la moustache).
- Et au final, l'installation d'une **saga**.



La Saga Moustache

- OBJECTIF

Insuffler une image de modernisme et d'innovation grâce aux réseaux sociaux

- POSITIONNEMENT

Un ton de communication décalé, un repère fort symbole de la personnalité gaillarde LA MOUSTACHE.

- STRATEGIE

Une stratégie menée depuis plusieurs années autour de la E-réputation :

- Faire de l'identité briviste l'étendard de la nouvelle communication : les brivistes au cœur de la stratégie : véritables acteurs-ambassadeurs
- Rajeunir la clientèle
- Augmenter le ROI

- PARTIS PRIS

Concentrer les moyens sur les réseaux sociaux.



Office de Tourisme
Brive
Gaillarde
et son Pays
QUESTION DE PERSONNALITÉ



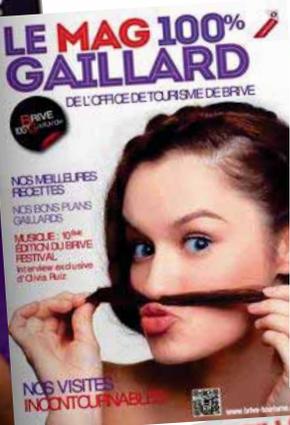
Office de Tourisme
Brive
Gaillarde
et son Pays
QUESTION DE PERSONNALITÉ





Stratégie Multicanal

De la marque à la Marque 100% Gaillard



BRIVE.
REVEILLEZ
LE GAILLARDE
QUI EST EN VOUS.

GUIDE
GROUPEES 2011

LE MAG 100% GAILLARDE



BRIVE
100% Gaillarde





Quel contenu pour quel support ?

Produits dérivés



Digital

Web/ blog

Web 2.0

Print



Evènementiel

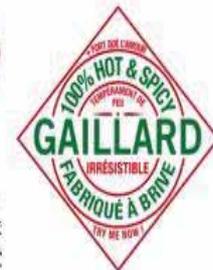
RP



100% Gaillard est aussi devenue une marque de produits dérivés

Volonté de développer une « stratégie de marque » pour apporter une véritable **valeur ajoutée** :

- Création d'une marque qui nourrit les actions et qui apporte une valeur ajoutée. Une marque qui **transmet du sens** pour construire des relations plus profondes et qui intègre une **dimension citoyenne**. Le produit devient **un étendard**.
- Développement du sentiment d'appartenance au territoire à travers des produits dérivés générant du **Chiffre d'Affaire** à l'office de Tourisme.
- Favoriser la séduction en transmettant du sens: **transmission de valeurs**
- **Elargissement de notre clientèle** vers des segments plus jeunes jusqu'alors hermétiques aux actions de communication de l'office de tourisme.





Bref rappel Historique

Le 7 décembre 2009, l'Office de Tourisme de Brive crée la page 100% Gaillard

Création du groupe et de la page fan de 100% Gaillard

-Photo de profil Logo 100% Gaillard : sorte de label de qualité.

-Slogan: Réveillez le gaillard qui est en vous!

-Définition des valeurs et de la philosophie de la page fan.



L'enjeu: Transformer les brivistes et les amoureux de Brive en véritable ambassadeurs de la destination, en clair, faire évoluer le Bouche A Oreille traditionnel en « BUZZ » sur le web.

Comment ? en tirant parti des réseaux sociaux et notamment de Facebook



Du réseau social à la communication Print de l'Office

2010 : Naissance de la moustache ...

Une campagne d'affichage associée, incitant les brivistes à réveiller le gaillard ...



Office de Tourisme
BRIVE 100%
Gaillarde
et son Pays
QUESTION DE PERSONNALITÉ



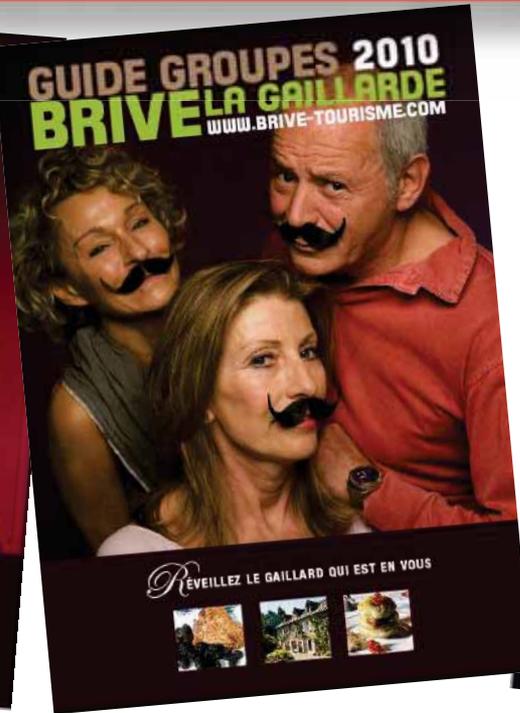
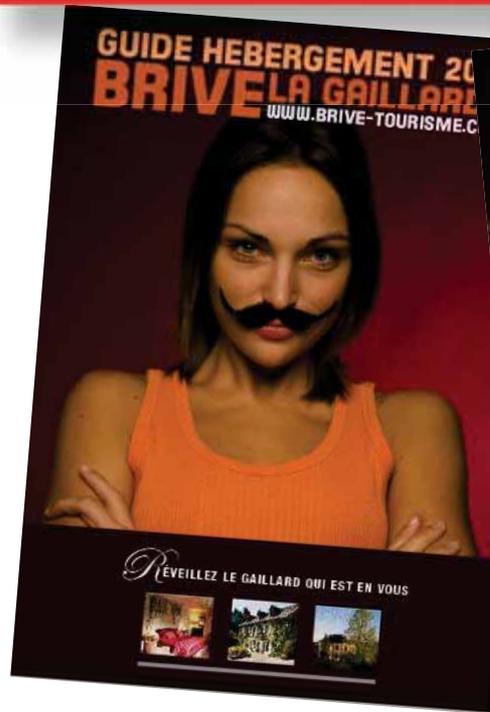
Office de Tourisme
BRIVE 100%
Gaillarde
et son Pays
QUESTION DE PERSONNALITÉ





La ligne éditoriale de l'office en 2010

la moustache, traduction graphique des valeurs gaillarde



Enjeu commun

Nourrir la fierté locale et réveillez le Gaillard qui sommeille en chacun des habitants de Brive



Début de l'aventure 100% Gaillarde



BRIVE
100% Gaillarde

A la conquête des fans



2010 – 2012 Les jeux Facebook

3 jeux en 3 ans = Conquête



2010
1 Concours
photo
I Love BG
+ 2 000 fans



2011
1 Tour du Monde
+ 1 000 fans

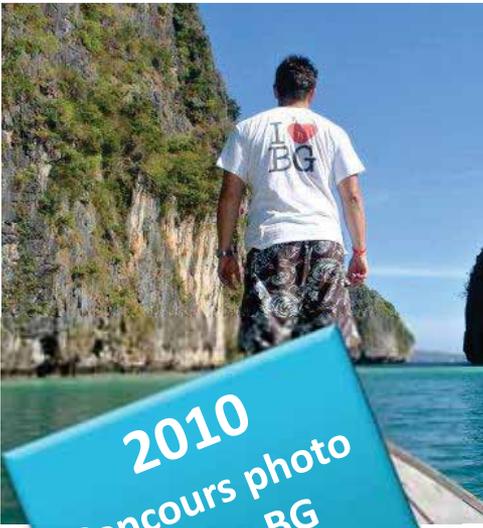


2010 : Concours photo #ILoveBG





2010 : Concours photo #ILoveBG



2010
Concours photo
I Love BG
Voyages à New
York



2010
Les gagnantes
du Concours



2011 – 2014
Laurène ambassadrice des produits
dérivés de la Marque 100 % Gaillard





2011 : Jeu concours Brive Around the World

GAGNEZ UN TOUR DU MONDE POUR 2 PERSONNES

JEU CONCOURS

BRIVE AROUND THE WORLD



DEVENEZ L'AMBASSADEUR DE

12 Mars à Mars 2011, la semaine

Brive → Vivre sa ville

BRIVE AROUND THE WORLD ■ Le jeu de l'office de tourisme pour gagner un tour du monde s'achève jeudi midi Réveiller la « gaillardise » de la planète

Le jeu de l'office de tourisme pour gagner un tour du monde en six étapes s'achève jeudi midi. Réveiller la « gaillardise » de la planète.

Par son réalisme

Les derniers temps, vous avez croisé un homme presque nu dans les rues du centre-ville, un autre distrait sous un déguisement de poulet sans faire des pas de danse au Stadium ou sous la Halle Brivonne, ou encore un type en blouse blanche, une perruque grise sur la tête et une grande seringue dans la main. Il ne s'agit pas d'un blagueur d'habitude et encore moins d'un touriste pour les besoins d'un film. Il s'agit simplement des candidats pour un voyage autour du monde. Celui que s'apprête à organiser pour deux personnes, l'office de tourisme au sein d'un jeu intitulé en décembre et qui s'achève jeudi à midi.



12 Mars à Mars 2011, la semaine

général, il est invité à envoyer un « ambassadeur » de Brive dans le cadre de six étapes (Paris, Kuala Lumpur, Bangkok, Tokyo, Honolulu, San Francisco, New York).

70 % de bonnes réponses ont eu le droit de compléter l'aventure en publiant ensuite qui des photos, qui des vidéos, qui des bandes dessinées variées.

tant les motifs de Brive. Au bout de chaque week-end, les contributeurs sont sélectionnés par un jury de spécialistes. Le gagnant sera désigné officiellement à la fin du mois.

Ce dernier devait parler en mai ou juin, dans d'une tenue complète de la gamme « 100% DG ».

Des missions à remplir

À chaque étape, il aura une mission à remplir. À Kuala Lumpur, il s'agit de se faire prendre un photo ou devant les Batu Caves ou devant les marchés de nuit à Chinatown. Et ainsi de suite.

De qui se fait fabriquer des souvenirs pour l'occasion.

Blog du concours Brive Around The World

Suivez les aventures de l'Ambassadeur de Brive autour du monde

ACCUEIL LES ETAPES DU TOUR DU MONDE LES MISSIONS DU GAGNANT LES GAGNANTS A PROPOS

BRIVE AROUND THE WORLD



Départ imminent...

Publié le 16/03/2011 | Laisser un commentaire

Ce y est, ils sont prêts! Dans 3 semaines, c'est le grand départ!

Après quelques mois de décalage, ils ont pu choisir enfin leur date de départ.

Ils partent de Brive La Gaillardise - aéroport Brive Valère de la Dongue - pour Paris le 7 octobre et s'envolent pour leur tour du monde le lendemain. Leur première destination est Bangkok. Ils se rendront ensuite à Singapour, Hong Kong, Honolulu, Los Angeles et New York.

A chaque étape de leur voyage, des missions leurs ont été confiées. Elles sont toutes exposées sur ce blog rubrique « missions des gagnants ». Elles seront quotidiennement relayées sur le blog, de même que les diverses expériences que feront les lauréats pendant le voyage, exception faite si problèmes de connexion. D'une rencontre avec un bouvier thaï à Bangkok à la pratique du yoga à Central Park en passant par la découverte du monde des surfers à Honolulu, vous pourrez suivre leurs aventures jour après jour.

Bon voyage...

REJOINS NOUS SUR FACEBOOK

Page Facebook 100% Gaillardise

ABONNEMENT AU BLOG

You are following this blog (manuel)

FLICKR PHOTOS TOUR DU MONDE



<http://www.youtube.com/watch?v=W6D71tdTuho>
http://www.youtube.com/watch?v=XJi-Eg_Xv0

2012 : Le défi Gaillard

Le défi Gaillard

Réveille le Gaillard qui est en toi !





2010 2012

100% Gaillard EVENT



100% Gaillard surfe sur L'actualité

Le centenaire du Club de rugby du CABrive

Équipe de rugby de Brive le Stade Gaillard - 1910



Équipe de rugby du CABrive 2010



Soirée Moustache



Retombées Presse



L'EQUIPE



100% Gaillard surfe sur l'actualité

Opération Moustache Coupe du Monde de Rugby

I ♥ moustache !
Aviron Bayonnais
-
Montpellier HRC
Vendredi 14 Oct - 20h - stade Jean Dauger

- 50%
Offre disponible dans tous les points de vente
habitués et au stade, le jour du match.
Par d'infos sur ABrugby.fr



Allez les BLEUS!

*R*ÉVEILLENZ LE GAILLARD
QUI EST EN VOUS SUR
WWW.BRIVE-TOURISME.COM

Vidéo sur l'opé moustache



100% Gaillard Recrute des Blogueurs

4 accueils et 4 thèmes retenus

Gastronomie – Patrimoine – Rugby – Animations estivales

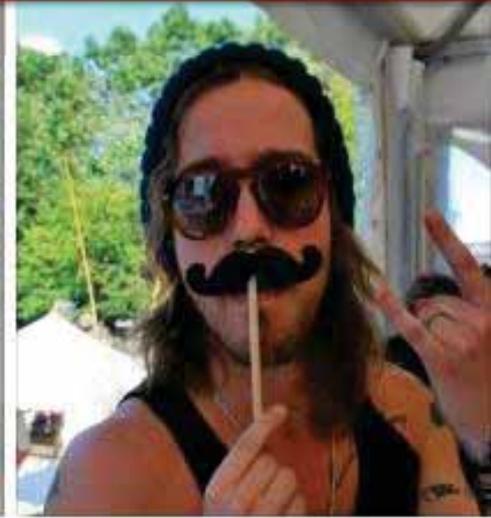
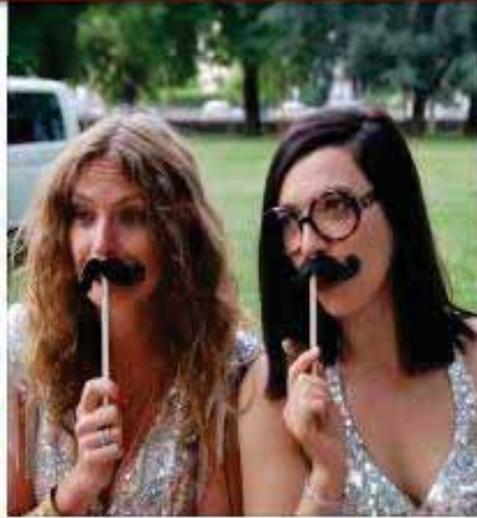


Anne Lataillade bloggeuse
Papilles & Pupilles



100% Gaillard: des ambassadeurs nationaux ou influenceurs

Les artistes de Brive Festival deviennent 100% gaillard



Vidéo sur Brive Festival



2012

Le virage Instagram, le poids de la photo dans le choix des destinations

100% Gaillard lance un appel au E-influenceurs

Reportage i-phonographique

© Vutheara Kham



A la conquête des fans Instagram

Instagram

Concours photo du 8 au 28 juillet 2013

Brive la Gaillarde



Prends une photo



Publies-la sur Instagram



Ajoutes-y le tag



**Gagne un voyage
en CROATIE**

**Un weekend au château
de Castel Novel**

Diners pour deux



Concours photo Instagram

Les objectifs

- Promouvoir le territoire par l'image
- Continuer d'asseoir la visibilité du territoire sur le web, et plus particulièrement sur les réseaux sociaux
- Animer la communauté Instagram, récemment créée

Les retombées



Instagram: djflorum



Instagram: sir_cvn



Instagram: ludivineb85



Instagram: ludivineb85



Instagram: Dan C.



Instagram: followflo



Instagram: followflo



Instagram: sylar19100



Instagram: GENESTE A.





2013-2014 : Casting Social



C A S T I N G

DU 5 AU 27 NOVEMBRE

**DEVENEZ LA NOUVELLE
ÉGÉRIE GAILLARDE !**

JOUEZ ET TENTEZ DE

UNE BRIVE 100% GAILLARDE

2013
Les gagnants du
Casting Social



Anbassadeurs Campagne Print 2014



2013-2014 : Casting Social



BRIVE
100% Gaillarde

MAG
TOURISTIQUE
100%
GAILLARD

Assé,
p'10 gapeut
de r'asté,
100% Gaillard.

LES INCONTOURNABLES

LE COIN DES GOURMANDS
Marchés
et coupe de
fourchettes

BRIVE FESTIVAL 2014
Vanessa Paradis,
ZAZ, Gieddes,
Rinôçér, Cate On Trees...

L'AGENDA DES GAILLARDS
www.brive-tourisme.com

MAG
TOURISTIQUE
100% GAILLARD

ENFIN!
RESPONSIBLE
A L'ETUDE DE TOURISME



DU 6 JUILLET
AU 8 AOUT

BRIVE
FESTIVAL

14/16 ANS
VANESSA
PARADIS
ZAZ
PLAZA FRANCIA
LORENT
PARCHET



RENAN
LUCÉ
FEFE
YODELICE
CATS ON TREES
HOLLYSIZ
GAËTAN ROUSSEL

ET PLUS DE

36 CONCERTS GRATUITS

BRIVE, DU 6 JUILLET AU 8 AOUT - www.brive-tourisme.com



Partagez vos photos de Vacances et vos Instants Gaillards
#ILoveBrive



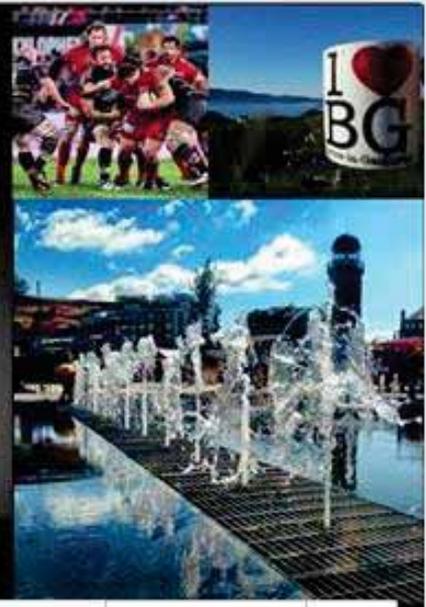
100%  Gaillard



Tourisme & Visites guidées @Brive Gaillard100



@Brive + S'abonner Partager



100% Gaillard aujourd'hui



100% Gaillard en #Chiffres



- **Fans/Engagement:** *le nombre unique de personnes ayant aimé, commenté, ou partagé vos publications, ou ayant cliqué dessus.*
 - nombre de fans 16 500 - 815 363 Portée totale (2013) – engagement 1,20%*
- **RP Retombées Presse**
 - 1 centaine (web, PQR, TV) uniquement sur 100% Gaillard 567 tout confondu – équivalence PUB 723 593€)
- **Source de Trafic web**
 - +25% / an trafic site OT Brive (200 000 visiteurs unique /an) FB =1ere source trafic
- **Chiffres d’Affaires Boutique**
 - 120 000€ en 2 ans – cet été 3 000 pièces /an
- **Temps passé**
 - Milliers d’heures;) 2h/jour

Une Marque qui « nourrit » ses fans

Des produits identitaires et une marque qui permet de développer une logique d'ambassadeur



Collection 100% Gaillard



Promouvoir sa Marque et ses produits grâce à des ambassadeurs VIP sur différents canaux de communications



- SHOOT PHOTO
- <http://www.youtube.com/watch?v=XuyjthFRacA&list=UUV-XSPzxc0kmLndYrcMIH-w&index=1&feature=plcp>



Création de la Boutique Brive 100 % gaillard sur Facebook en 2011 et sur le Web en 2013

The image displays a composite of the 100% Gaillard brand's online presence. On the left, a Facebook page for '100% Gaillard Boutique' is shown, featuring a header with the brand logo and a grid of product listings. The listings include:

- T-shirt homme MOUSTACHES blanc: 14,32 € EUR (discounted from 37,00 € EUR)
- T-shirt homme 100% GAILLARD rose: 17,90 € EUR
- T-shirt homme 100% GAILLARD turquoise: 17,90 € EUR
- Casque GAILLARD: 13,90 € EUR

Each listing includes a 'Voir l'offre' button and a 'Like' count. On the right, a website interface for '100% Gaillard' is shown, featuring a navigation menu with 'Catalogue', 'Mon compte', and 'Nos paiements'. The main content area displays 'Toutes les nouveautés' with three product thumbnails. A large image of a woman wearing a white t-shirt with the '100% Gaillard' logo and a red mustache is overlaid on the website interface. Another image of a man wearing a red t-shirt with a white mustache is also visible on the right side of the composite.



100% Gaillard #Corporate Branding



Une équipe totalement Gaillardisée
...jusqu'aux offres de stages

**Offre De Stage : « Assistant(e) Communication
– Social Media - Community Manager »**



L'office de Tourisme de Brive cherche son stagiaire pour la rentrée! Vous êtes tenté pour rejoindre l'équipe en tant que stagiaire 100% Gaillard ? Vous êtes à la recherche d'un stage dans la communication et les réseaux sociaux ? Vous rêvez de porter la moustache au bureau ? Cette offre est faite pour vous : **stage assistant(e) communication – social media – community Manager.**

L'aventure Brive 100%Gaillarde

L'office de Tourisme de Brive-la-Gaillarde a créé La marque de destination Brive 100% Gaillarde depuis plus de 3 ans et se fait fort d'une communauté de Gaillards sur Facebook de plus de 9 000 fans à ce jour.

Cette démarche a été engagée afin de répondre aux nouveaux enjeux de la communication touristique et s'inscrire dans une dynamique de changement des comportements des consommateurs. L'idée : créer une image forte, durable et lisible positionnée sur des valeurs porteuses telles que la convivialité, la gastronomie et le rugby associé à un ton de communication décalé. Ce ton sert de ligne directrice à l'animation des réseaux sociaux et la création d'actions de communication. L'illustration graphique de ces



nous définissons aussi les valeurs de notre entreprise et tentons AUSSI de faire adhérer nos collaborateurs à nos actions de communication.



Quid de l'avenir

Vers une nouvelle stratégie de diffusion de contenus sur Facebook

Changement d'algorithme ???

Reach

Taux
d'engagement

Portée

$$\Sigma = U_e \times W_e \times D_e$$

RANK = AFFINITY X WEIGHT X DECAY





Evenementiel Street Marketing





Instameet et action E-réputation



Partagez vos Photos de Vacances et vos Instants Gaillards

#ILoveBrive



100% Gaillard



@gaillard100



@BriveTourisme



Merci de votre
attention



Stephane CANARIAS
Directeur Général
Stephane.canarias@brive-tourisme.com



Rejoignez nous sur:



100%Gaillard



@SCanarias

Office de tourisme de Brive
Place du 14 juillet 19100 Brive
www.brive-tourisme.com

Tél. : 05 55 24 08 80

Fax : 05 55 24 58 24