

Qu'y a-t-il dans la nouvelle campagne de la Tunisie ?

Contrairement aux apparences, la campagne de témoignages "Tunisie, moi j'y vais" n'est qu'un prélude à une nouvelle stratégie de communication qui sera déployée tout au long de l'année en cours. Elle comportera dès le 15 mai une reprise de l'ancienne campagne de publicité institutionnelle où l'ancien slogan "Libre de tout vivre" cédera la place à un autre plus "militant". Puis le mois de juillet verra le lancement d'une tout autre campagne essentiellement digitale.

Qu'y a-t-il dans la nouvelle stratégie de Publicis ? Pas seulement la campagne "Tunisie, moi j'y vais" sur les réseaux sociaux : « *plus d'une centaine de personnalités interrogées en 10 jours dans 7 pays différents* » selon l'agence, ainsi que de nombreux inconnus et touristes moyens. Cette campagne, déclinée dans toutes les langues, n'est qu'un élément parmi d'autres de la « *campagne coup de poing urgente* » mise au point par l'agence de communication de la Tunisie.

Emotion et mobilisation

Dans cette première phase destinée à réagir aux événements du Bardo, à entretenir « *l'émotion, la mobilisation de tous, le soutien de chaque Européen en faveur de la Tunisie* », il y a aussi une campagne de relations presse dont la responsabilité incombe à tout le gouvernement : déclarations, interviews, reportages mettant en avant les mesures concrètes et exceptionnelles de sécurité prises par le pays.

D'autres initiatives viennent renforcer le côté "militant" de la campagne : un manifeste pour soutenir la Tunisie sera distribué à bord des avions de Tunisair sous forme de marque-pages, et affiché dans des hôtels, agences de voyages et « *des musées solidaires européens* ». Autre suggestion : un tampon "citoyen de cœur" à apposer sur les passeports. L'idée étant de « *montrer que les touristes en cette période fragile sont aux yeux des Tunisiens beaucoup plus que des touristes* ».

Voici le texte du manifeste :

« Depuis le 18 mars et les événements survenus au musée du Bardo, le monde entier est Bardo. Mais l'indignation et la compassion ne suffisent malheureusement pas. Soutenir la Tunisie, c'est aussi continuer à y aller et à découvrir ses richesses. Soutenir la Tunisie c'est soutenir les 400 000 Tunisiens qui travaillent dans le tourisme et au moins autant qui en vivent indirectement. Soutenir la Tunisie c'est soutenir tout le peuple tunisien, un peuple accueillant qui partage les mêmes convictions de liberté et de démocratie que vous. Merci de nous soutenir, merci de venir. »

La deuxième phase de communication, dès le mois de mai, prépare l'été en reprenant l'ancienne publicité institutionnelle qui a plu au public : selon l'agence, elle a rencontré un agrément de 95/97% et figure parmi les trois publicités print préférées. Mais l'ancien slogan "Libre de tout vivre" sera désormais remplacé par un nouveau slogan invitant à s'engager en faveur de la Tunisie et prolongeant l'élan de solidarité qui a suivi l'attentat.

Tout digital

A partir de mi-juillet, la communication sera essentiellement digitale, domaine où, souligne Publicis, la Tunisie est « *très en retard* » alors que « *99% du business touristique passe par Internet* ».

L'agence reprend un dispositif qu'elle a déjà utilisé depuis deux ans : des plateformes de contenus sur Yahoo Pour Elles et sur Yahoo Divertissement. Des sortes de "magazines dans le magazine" en ligne exploitant toutes les possibilités offertes par Yahoo : mises en avant éditoriales, partages sur les réseaux sociaux, affichage dans les résultats de recherche liés à la thématique... Les contenus seront de plusieurs types : huit personnalités en vue originaires de nos quatre principaux marchés seront filmées pendant leur voyage en Tunisie. Des articles et diaporamas seront consacrés à des personnalités tunisiennes dans les domaines des arts, de la cuisine et des sports. Des jeux concours seront proposés pour lutter contre les clichés. Un dossier spécial sera spécialement conçu pour intéresser les plus de 50 ans (golf, thalasso...)

Ces plateformes peuvent devenir participatives pour accueillir des contributions spontanées de touristes ainsi que des vidéos postées par les Tunisiens eux-mêmes.

Enfin, une nouvelle campagne sera lancée en septembre. Plus concrète, plus réaliste que la campagne "Libre de tout vivre", elle vise à « rassurer » en montrant un pays où tout se passe normalement, tout en étant attrayant et plein de (bonnes) surprises. Il s'agira de « *petites histoires de touristes (familles, couples, seniors) découvrant la Tunisie en "live" »* ».

Libre à chacun de nous de faire vivre cette campagne !

**La campagne "Moi j'y vais" :
des stars, un manifeste de soutien...**



#TUNISIE MOIJYVAIS

Depuis le 18 mars et les événements survenus au musée du Bardo, le monde entier est Bardo.

Mais l'indignation et la compassion ne suffisent malheureusement pas.

Soutenir la Tunisie c'est aussi continuer à y aller et à découvrir ses richesses.

Soutenir la Tunisie c'est soutenir les 400 000 tunisiens qui travaillent dans le tourisme et au moins autant qui en vivent indirectement.

Soutenir la Tunisie c'est soutenir tout le peuple tunisien, un peuple accueillant qui partage les mêmes convictions de liberté et de démocratie que vous.

Merci de nous soutenir, merci de venir.



Le calendrier des actions

