

Publié le 15 décembre 2016

Pour promouvoir son territoire, Destination Rennes passe par le digital

La métropole rennaise se métamorphose et veut attirer les touristes d'affaires et d'agrément. Pour ce faire, la Spl Destination Rennes a créé une plateforme web où tous les nombreux atouts de la métropole sont vantés. Un écosystème digital qui fonctionne.



La métropole rennaise est en pleine mutation : construction de la **ligne à grande vitesse**, du centre des congrès (ouverture prévue en 2018), de la deuxième ligne de métro... Dans ce contexte, Rennes Métropole a demandé à la [Spl Destination Rennes](#), qui réunit en son sein l'office de tourisme, le bureau des congrès et le centre des congrès (Couvent des Jacobins), de redéfinir la stratégie de développement touristique.

Cette dernière a fait le choix de privilégier le digital pour "vendre" le territoire au-delà des frontières métropolitaines en ciblant à la fois les acteurs du tourisme d'affaire et d'agrément.

"Ce qui posait problème, c'était la notoriété de notre territoire sur le marché du tourisme. Nous sommes partis d'un point zéro. La plateforme web a permis d'installer un univers et un ton, à travers un style éditorial décomplexé et des campagnes d'affichage volontairement accrocheuses. Nous

*avons mis en place un comité éditorial où tous les acteurs se retrouvent. La destination s'y dévoile, les initiatives sont mises en avant, avec comme postulat de ne pas être un site institutionnel", assure **Vincent Aubrée**, directeur de la communication et de l'accueil de Destination Rennes.*

Hausse de 85 % de la fréquentation du site !

Lancé au 1^{er} janvier 2016, le site web tourisme-rennes.com est devenu le premier outil de vente de l'offre touristique et de congrès du territoire. Il réunit tout ce que les trois cibles (tourisme, bureau des congrès, Couvent des Jacobins) proposent. Les médias sociaux et le référencement internet font l'objet d'une attention professionnelle très poussée.

Au cœur de la plateforme, l'application 3D "Le Couvent des Jacobins" permet aux organisateurs de congrès intéressés de pré-visualiser les espaces fonctionnels du futur centre et de réserver d'ores et déjà des dates. Quatre **tablettes tactiles** ont été implantées dans des lieux stratégiques (aéroport, office du tourisme, etc.), permettant au public d'identifier l'offre. Cette digitalisation optimale a été accompagnée d'une campagne de promotion nationale classique (affichage événementiel) et de communication digitale.

Public visé prioritairement, les primo-visiteurs d'Île-de-France pour développer la fréquentation de courts séjours. À ce jour, le bilan est très positif : la fréquentation du site Destination Rennes a bondi de 85 % !

Un budget de 210 000 euros

Le budget dévolu à l'opération digitale est de 125 000 euros HT, Rennes Métropole ajoutant 85 000 euros HT pour le lancement de la campagne nationale de présentation du dispositif.

La parole aux candidats des Trophées des Epl 2016

Du 15 novembre à Noël, afin de saluer et de faire connaître la qualité de tous les projets qui ont concouru aux Trophées des Epl 2016, le site Servir le public publie chaque semaine un article sur les autres candidats que les lauréats. Accédez à la [fiche de présentation](#) de **Destination Rennes**.

Lire aussi notre [dossier consacré aux lauréats](#) des Trophées des Epl 2016

Par Hervé LE DAIN