

Saint-Émilion se réinvente : une nouvelle stratégie de communication pour un territoire en mouvement

Saint-Émilion, mondialement connu pour son vin et son patrimoine, opère aujourd'hui un tournant stratégique dans sa communication. Fini les idées reçues: l'Office de Tourisme du Grand Saint-Émilionnais engage une nouvelle dynamique pour dépoussiérer l'image du territoire, en mettant en avant ses multiples visages – plus audacieux, plus vivants, plus ancrés dans son époque.

UNE AMBITION CLAIRE : CASSER LES IDÉES REÇUES

Avec ses 22 communes, le Grand Saint-Émilionnais ne se résume pas à une carte postale viticole. La stratégie de communication, mise à jour pour les trois prochaines années, vise à dévoiler la richesse humaine, culturelle, naturelle et artisanale du territoire, en ciblant de nouveaux publics, notamment les jeunes actifs, les familles, et les voyageurs en quête d'authenticité, augmenter la notoriété de la destination en basse saison, fidéliser les publics locaux et régionaux et positionner le territoire comme une destination durable.

L'objectif ? Repositionner Saint-Émilion, et son million de visiteurs annuels, comme une destination vivante et accessible toute l'année, loin de l'image figée ou élitiste qui peut parfois lui coller à la peau.

UNE STRATÉGIE EN PLUSIEURS VOLETS

Pour correspondre à cette stratégie, l'Office de Tourisme a engagé :

- Une refonte complète de ses outils (nouveau site web, charte graphique modernisée, film de destination mis à jour),
- Des contenus valorisant le tourisme durable et les rencontres humaines (rencontres locales, portraits de partenaires...),
- Une nouvelle ligne digitale tournée vers l'expérience, la saisonnalité, et l'humour, pour parler autrement du territoire,
- Un plan de communication déployé sur les réseaux sociaux, les médias traditionnels et les formats immersifs (vidéos, reels, reportages).

UNE SÉRIE ÉVÉNEMENT COMME FIGURE DE PROUE : LA QUÊTE DE VÉRITÉ AVEC LES MOUSTACHUS EN VADROUILLE

Parmi les autres actions phares de cette stratégie, la mini-série La Quête de vérité, réalisée en collaboration avec les créateurs de contenus Les Moustachus en Vadrouille, illustre cette volonté de casser les codes.

À travers 6 épisodes diffusés chaque dimanche (26 500 vues comptabilisées actuellement) sur YouTube depuis le 20 avril, le trio parcourt à vélo les 22 communes du territoire, à la rencontre de ses habitants, artisans, vigneron, restaurateurs, pour répondre à une question : *Pourquoi Saint-Émilion fascine-t-il autant ?*

Une série à la fois décalée, pédagogique et immersive, qui met en lumière le territoire sous un angle plus humain, plus sensoriel et plus accessible, tout en valorisant l'exceptionnelle diversité de ses paysages, savoir-faire et patrimoines.

POUR VISIONNER LES ÉPISODES :

<https://www.saint-emilion-tourisme.com/fr/les-moustachus-en-vadrouille>

À PROPOS DES MOUSTACHUS EN VADROUILLE

Les Moustachus en vadrouille, ce sont trois amis vidéastes et photographes, passionnés par la mise en lumière des territoires français. À travers leurs productions, ils transmettent leur goût pour l'histoire, la tradition, les savoir-faire... et les belles rencontres. Leur approche mêle pédagogie, humour et qualité visuelle.