

Foire aux Questions sur Répondez à l'Appel du Vanuatu

Le slogan Répondez à l'Appel du Vanuatu remplace-t-il « Découvrez l'Authentique » ?

Oui. « Découvrez l'Authentique » a été progressivement supprimé depuis août 2019.

Quel est l'objectif de la marque et de la campagne ?

L'objectif est de continuer à croître le nombre de visiteurs arrivant au Vanuatu en présentant de nouvelles facettes de la destination. Nous souhaitons exploiter au mieux nos éléments de différenciation sur les marchés émetteurs pour nous positionner par rapport à nos principaux concurrents. Le tourisme est une industrie hautement compétitive, et le Vanuatu doit être en mesure de développer une connexion émotionnelle avec les marchés sources, qui reflète à la fois l'identité de la destination et améliore notre proposition de valeur.

Comment mesurons nous le succès de cette campagne ?

Sur le long terme, le succès de notre campagne sera mesuré par l'augmentation des visites et la réalisation des indicateurs clé de performance définis dans le Plan de développement du secteur touristique du Vanuatu 2030. Cependant, nous examinons également notre succès sur la base d'un certain nombre d'autres facteurs tels que l'engagement accru des parties prenantes, la meilleure connaissance de la destination et la perception du Vanuatu par les consommateurs. Nous sommes conscients que cela ne se fera pas du jour au lendemain et ne se concrétisera que par le rassemblement et l'engagement de l'ensemble de l'industrie du tourisme du Vanuatu derrière ce positionnement de marque.

Comment l'industrie du tourisme peut-elle s'impliquer dans la campagne de l'OTV ?

Nous avons produit une boîte à outils pour l'industrie qui fournit tout ce dont nos partenaires ont besoin pour s'impliquer dans cette campagne. Nous encourageons les opérateurs à faire preuve de créativité et à penser aux moments uniques qu'ils peuvent partager dans le cadre de leurs propres activités de marketing. « Répondez à l'Appel du Vanuatu » doit être un cri de ralliement pour l'industrie déclinable en une multitude d'instantanés inoubliables propre au Vanuatu et au quotidien de chaque opérateur. Cette campagne doit servir d'appel à l'action pour inciter les consommateurs à « répondre à l'appel du Vanuatu ».

Comment la musique a-t-elle été produite ?

La musique est un mélange de sons qui ont été enregistrés pendant que l'équipe de tournage voyageait à travers le Vanuatu. Il comprend les effets sonores de la plongée dans l'eau, des applaudissements, des rires, des chants d'oiseaux et de la vie quotidienne à travers le pays. Merci à tous ceux qui ont participé, à tous ceux qui ont partagé leur culture et leurs traditions et qui nous ont donné la permission de venir dans leurs communautés.

Qui a produit et réalisé la campagne?

Pour produire cette nouvelle campagne de marque, l'Office de Tourisme du Vanuatu s'est associé à Engine Group, agence créative basée à Brisbane. Nos équipes ont travaillé sans relâche à travers un processus itératif d'audit de marque et de développement créatif. Notre nouveau positionnement de marque apporte une dimension émotionnelle à notre promotion de la destination jamais capturée par nos activités marketing jusqu'ici.

Taxi Film Productions et le réalisateur Tristan Houghton ont livré des visuels incroyables du Vanuatu, y compris de lieux et expériences qui n'avaient jamais été filmés auparavant. Le Vanuatu a fourni les plateaux de tournage; l'équipe de Taxi leur a donné vie d'une manière nouvelle et captivante.

La campagne Répondez à l'Appel du Vanuatu sera-t-elle traduite dans une autre langue?

La campagne existe pour l'instant en français et en anglais. Elle se décline de la même façon dans les deux langues, avec des ajustements de tons pour s'assurer que nos messages soient le plus culturellement appropriés, pertinents et reflètent au mieux les attentes de chacun de nos marchés cibles.

La campagne est en cours de traduction en chinois.

Pourquoi la campagne n'a-t-elle pas été produite par des fournisseurs locaux?

Taxi Productions a été sélectionné pour produire cette campagne à la suite d'un appel d'offres. Il est important lors de la production d'une campagne de cette ampleur qu'elle soit développée avec une compréhension approfondie des mentalités et attentes de nos marchés cibles. Les producteurs devaient pouvoir voir le Vanuatu à travers les yeux de nos visiteurs.

Que dites-vous à ceux qui ne pensent pas que ce soit une véritable représentation du Vanuatu?

Les concepts créatifs sont toujours très subjectifs. Naturellement, différentes personnes auront des réponses différentes. Néanmoins, il est important de garder à l'esprit que l'objectif principal de cette campagne est que ses messages resonnent pour nos marchés cibles et les incitent à rechercher plus d'informations pour réserver des vacances au Vanuatu.

Quels sont les hashtags à utiliser sur les réseaux sociaux?

#VanuatuMoments