



## TOURISME :

### Telligo ambitionne d'augmenter sa notoriété et ses ventes en renforçant sa communication auprès des parents



Le spécialiste des séjours à thèmes pour les 4-18 ans Telligo a récemment

lancé, en complément de sa stratégie de marketing direct habituelle, sa première campagne publicitaire à destination des parents ainsi qu'un nouveau site internet afin de renforcer sa notoriété auprès du grand public.

Conçue par l'agence A comme André, du groupe Australie, cette campagne a pour signature "Les nouvelles colos qui donnent envie de redevenir enfant". Répartie sur tout le mois de mars, elle comprend la diffusion de plus de 400 spots radio ainsi qu'une présence sur plusieurs sites internet. Le dispositif est complété par des parutions dans des titres de presse magazine essentiellement jeunesse, comme Telligo a l'habitude de le faire depuis plusieurs années. "Si cette campagne nous permet d'avoir des résultats satisfaisants, l'objectif est de renouveler cette démarche, par exemple l'an prochain, en l'élargissant à d'autres médias", nous explique Fabrice Deltaglia, Directeur Marketing et Commercial de Telligo.

En parallèle, la société poursuit comme chaque année sa campagne de marketing direct, qui comprend l'envoi de lettres à 350.000 familles ainsi que l'achat de liens sponsorisés sur Google sur la période de mars à juin prochain.

Par ailleurs, un nouveau site internet a été mis en ligne le mois dernier, présentant un design retravaillé. Il permet également une navigation simplifiée et pour la première fois la création de compte clients et l'accès à un contenu personnalisé.

L'objectif est ainsi "d'accroître la notoriété de Telligo auprès du grand public, de générer davantage de trafic sur le site internet et d'enregistrer 1.500 inscriptions supplémentaires pour cet été, afin d'atteindre 13.000 participants à nos séjours sur cette période", poursuit Fabrice Deltaglia.

Accueillant chaque année plus de 18.000 jeunes, la société propose une gamme de 124 séjours thématiques différents, dont 32 nouveaux pour l'été 2010, parmi lesquels les séjours *Les p'tits explorateurs* destinés aux 6-11 ans et couvrant des univers très larges, les colonies de vacances sous licence C'est pas sorcier qui s'adressent aux 8-13 ans (ActuKids N°1269), ou encore les séjours sportifs *Même pas peur !* dédiés aux "premières fois" des enfants âgés de 6 à 9 ans.

**Web :** [www.telligo.fr](http://www.telligo.fr)