



Italie - Campagne "72 heures en..." avec Lastminute.com

ITALIE

Type de rendez-vous : Campagnes

Marchés d'intervention : Italie

Cibles : Grand public international

Tarif sur devis

Campagne digitale de notoriété et de vente en collaboration avec Lastminute.com pour la promotion des courts-déjours en France.

Pourquoi participer

- Réaliser des itinéraires pour découvrir la France pendant des courts séjours
- Communiquer tout au long du parcours client : notoriété, considération et conversion
- Conversion : vente de package, séjours et vols

En Europe, Lastminute.com est l'une de top 3 OTA en termes d'utilisateurs uniques mensuels et la référence sur les marchés européens pour ce qui concerne la technologie des Packages Dynamiques.

En Italie, Lastminute est présent avec **2 marques** **it.lastminute.com** et **volagratis.com** qui se positionnent en **2ème position** parmi les acteurs tourisme avec une audience totale de 10.5 millions d'utilisateurs uniques par mois.

L'audience générale de Lastminute.com est une audience jeune, 70% de l'audience a moins de 44 ans, qui se connecte davantage en utilisant le mobile (70% mobile et 28% desktop), dont les intérêts principaux sont: voyages, arts et culture, sports, informations, oenogastronomie, shopping, luxe et déplacements professionnels.

Données spécifiques Lastminute pour la destination France :

- 55% femmes - 45% hommes
- 15% : 25-34 ans / 19% : 35-44 ans / 23% : 45-54 ans / 19% : 55-64 ans
L'audience pour la France est plus agée par rapport à la moyenne de Lastminute. Cela peut être expliqué par un majeur pouvoir d'achat
- 46% couples / 27% amis / 18% familles / 9% solo traveller
- 53% mobile / 46% desktop
- 55% des séjours sont réservés au moins 1 mois avant le départ
- 62% des réservations sont pour des courts séjours 38% pour des séjours de 4 jours ou plus.

Top 10 des villes françaises plus recherchées en 2024 :

Paris / Nice / Marseille / Mulhouse / Bordeaux / Lyon / Lourdes / Strasbourg / Toulouse

Top 5 des villes françaises plus réservées en 2024 :

Paris / Nice / Lyon / Mulhouse / Nantes

Format

Début

01/02/2026

Fin

31/12/2026

Format de l'opération

- **1 Landing page éditoriale France** avec du contenu général France et où chaque partenaire de campagne sera intégré. La présence partenaire sur cette page sera garantie tout au long de l'année (même après la fin de la campagne).
- **1 Landing page Partenaire (Travel Pad)** avec du contenu éditorial, une carte interactive avec possibilité d'intégrer des pins pour identifier les partenaires de la destination et/ou activités, site touristiques... Des itinéraires et des dynamic packages en vente sur Lastminute.com spécifiques pour le partenaire seront également présents et qui s'ajoutent à un moteur de recherche.
- **Campagne de display et social advertising sur les médias Lastminute.com** pour la promotion de la landing page partenaire avec un double objectif de notoriété et conversion
- **Campagne de display et social advertising en audience extension** pour la promotion de la landing page partenaire avec objectif de notoriété et conversion

Indicateurs de performance

- CTR sur les annonces
- Fréquentation sur le Travel Pad sur le site de la OTA
- Taux de croissance des ventes
- ROI de la campagne

Retour sur l'édition précédente

En 2024, nous avons réalisé 6 campagnes conversion avec Lastminute enregistrant un total de :

- Plus de 8,7 M d'impressions
- 0,45% de CTR moyen (plus de 153 000 clics)
- Plus de 150 000 visualisations vidéos sur YouTube et sur les réseaux sociaux
- Plus de 800 booking et plus de 1 800 personnes ont réservé un voyage en France (vol, hébergements ou package vol+hôtel)

Média / support

- Site internet et média it.lastminute.com et/ou volagratis.com

- Sites et portails de tourisme et généralistes en Italie
- Médias Atout France en Italie

ExploreFrance

Conditions

Date limite d'inscription : 3 mois avant l'opération

Coûts approximatif : A partir de 6 000 euros HT

Le plan média d'achat d'espaces varie selon le budget investi

Partenaires

Profil des partenaires ciblés

Institutionnels : CRT, Départements, OT.

Le partenaire institutionnel peut être accompagné de ses partenaires locaux (villes, musées, hôtels, activités...)

Nombre de partenaires souhaités

1 partenaire par campagne

Visibilité des partenaires

- Média de la OTA (mini site dédié, bannières, DEM, e-newsletters)
- Média Atout France Italie (réseaux sociaux et e-newsletter GP)

Contact(s)

Valentina CODAZZI

- [0039 02 58 48 62 41](tel:00390258486241)
- valentina.codazzi@atout-france.fr