



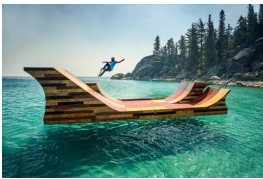
www.tourmag.com

Date : 03/06/2014

You Tube : Visit California a fait le buzz !

Par : -

Campagne "The Dream365 Project" La campagne digitale lancée par **Visit California** sur les marchés anglophones a généré une croissance à deux chiffres du volume des recherches de voyage en Californie.



Parmi les 24 vidéos diffusées durant la première phase de la campagne, la plus populaire est celle de la Rampe de Skate Flottante de Bob Burnquist sur le Lac Tahoe.

Visit California a lancé une campagne digitale baptisée " The Dream365 Project " sur YouTube le 28 février dernier.

Cette opération comprend la diffusion de contenu en ligne en exclusivité sur le portail spécialisé dans la diffusion de vidéo, pendant 24 heures aux USA, au Canada et en Australie et inclut la diffusion de publicités, de vidéos pré-roll, une campagne SEM et une présence active sur les réseaux sociaux qui vise à atteindre une cible de 4 **68 millions d'impressions**.

Montant de l'investissement : 3,7 millions de dollars.

Dans un communiqué, l'organisme en charge de la promotion de la Californie annonce des taux de clic qui ont dépassé la moyenne des campagnes mise en place par Youtube dans l'industrie du tourisme.

La campagne a enregistré 22 270 heures de visionnage, l'équivalent de 2,5 années de contenu interactif. Au total, elle a déjà engendré une **croissance à deux chiffres du volume des recherches de voyage en Californie** : +2% Royaume-Uni, +16% Australie, +18% aux USA et +26% Canada.

par La Rédaction

Évaluation du site

Ce site s'adresse aux professionnels du tourisme. Il diffuse des articles détaillés sur l'actualité du secteur du tourisme.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 8

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine