



AVEC OP1C, LENS TOURISME

MÈNE UNE OPÉRATION SÉDUCTION AUPRÈS DES TOURISTES

Pour renforcer son attractivité, Lens Tourisme, l'Office de Tourisme de Lens, fait confiance à l'agence OP1C, spécialisée dans les réseaux sociaux. Objectif : positionner l'agglomération lensoise comme une destination touristique incontournable, en séduisant un public large grâce à des offres diversifiées et uniques.

Depuis 2022, Lens Tourisme propose une immersion totale à travers ses "week-ends packagés". Au programme, deux jours d'activités, de restauration et d'hébergement, pour inviter les visiteurs à explorer le territoire de façon authentique. Ces séjours thématiques, conçus pour les couples, familles ou groupes d'amis, valorisent la diversité et la richesse de la région. Avec 10 week-ends dédiés, les participants peuvent profiter d'expériences uniques autour de la bière artisanale, du sport, de l'art et du patrimoine culturel. Parmi les moments forts : assister à un match du RC Lens, savourer une bière artisanale accompagnée de frites, grimper sur les emblématiques terrils, découvrir le Louvre-Lens en famille, ou encore être émerveillé par les spectacles captivants du festival de la Sainte-Barbe.

Lens Tourisme a confié à OP1C la mission de déployer et piloter des campagnes publicitaires ciblées sur Facebook et Instagram. Chaque week-end bénéficie d'une stratégie publicitaire dédiée en fonction de la cible visée et de la période de promotion.

Focus sur le Festival de la Sainte-Barbe

En parallèle de cet accompagnement, Lens Tourisme fait une nouvelle fois confiance à l'agence OP1C pour promouvoir le Festival de la Sainte-Barbe, un événement emblématique célébrant, le 8 décembre, le patrimoine minier et industriel du Nord-Pas de Calais.

Deux axes de collaboration – autour du social media Ads et de l'Influence Management - structurent cette mission, qui a pour objectif d'amplifier l'engagement autour de ce moment incontournable. Cela se concrétisera, en amont du festival, par le déploiement d'une stratégie publicitaire visant à accroître sa notoriété engager une audience ciblée. Durant l'événement, OP1C orchestrera la création de contenus en direct, en utilisant les stories sur les réseaux sociaux via un créateur de contenu dédié.

OP1C EN QUELQUES CHIFFRES

2010 année de création

42 collaborateurs

40 clients actifs parmi lesquels Auchan, Bardinnet, Brasserie Castelain, Carambar & Co, Cyrillus, Decathlon, Futuroscope, La Mie Câline, Lutti, McCain, METRO, Minelli, Poulain, Rians...