

Saison touristique 2021

Tarn-et-Garonne Tourisme

Actions marketing et de communication

TARN-ET-GARONNE

Tourisme

Sud-Ouest - Occitanie





1.1

PLAN DE PROMOTION

2021

-> Actualités

AUVILLAR, sous les feux des projecteurs

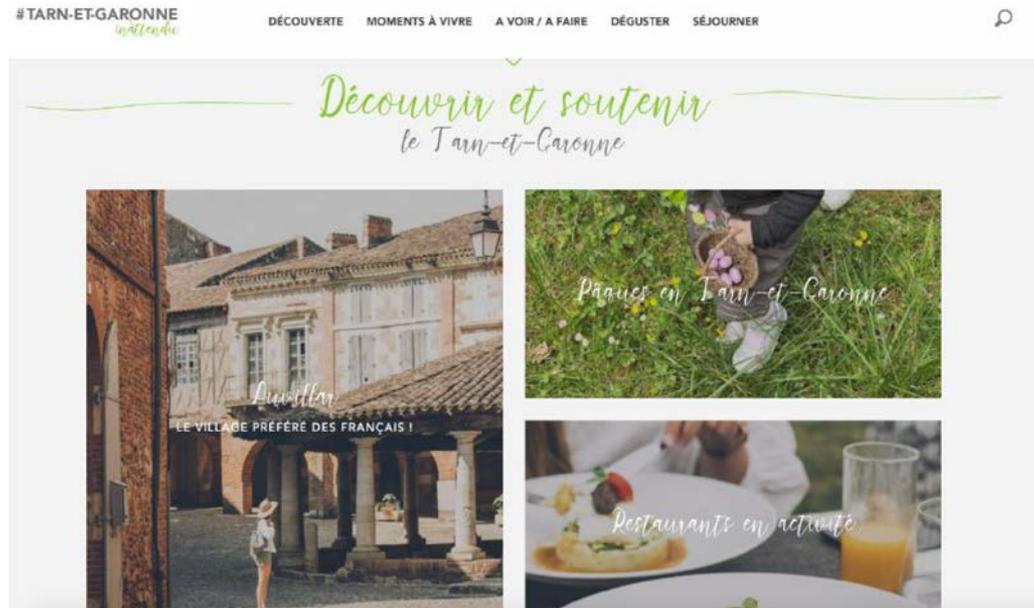
Bilan de la campagne :

« Auvillar Village Préféré des français »

- Relai de l'information auprès des services du département.
- Envoi d'un communiqué de presse à la presse locale, régionale, radios, TV.
- Page dédiée sur le site internet :

Depuis son lancement le 3 mars, la page sur Auvillar a fait :

- 5 266 de vues
- 5,96% de taux de rebond
- Temps moyen sur la page 32 secondes



Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

AUVILLAR, sous les feux des projecteurs

Newsletters :

Envoi Grand Public: le 3 Mars à 6363 contacts, 31% de taux d'ouverture.
Total de clics sur la newsletter : 349.

Envoi aux pros : le 8 Mars à 611 contacts, 25,13% de taux d'ouverture.
Total de clics sur la newsletter : 231.

FACEBOOK :

- Création de 4 posts. Plus de 600 clics sur le lien par publication, 38 000 personnes atteintes pour le post le plus impactant et plus de 500 partages.
- Création de deux vidéos dédiées.
- Boost sur les publications.



TOURISME-TARNETGARONNE.FR
Auwillar, village préféré des français | Site Officiel du Tourisme en Tarn et...

30 466 Personnes touchées | 4 911 Interactions | Booster à nouveau

devient le futur village préféré des français, grâce à l'émission de Stéphane Bern sur France 3
Sur le site: <https://www.francetelevisions.fr/.../le-village-prefere...>
Ou par téléphone au 3245 (0,80€/min + prix appel)
Images: @Auré mifa
Les Préférés des Français Deux Rives Tourisme Auwillar Auwillar_82 Communauté... Afficher la suite



TOURISME-TARNETGARONNE.FR
Votez pour Auwillar, village préféré des français

37 187 Personnes touchées | 4 996 Interactions | Booster à nouveau



Tourisme Tarn et Garonne
Publié par Adt Pro · 24 mars, 12:22 ·

Plus que quelques heures pour VOTER pour Auwillar, en Tarn-et-Garonne, qui représente l'Occitanie, devient le futur village préféré des français, grâce à l'émission de Stéphane Bern sur France 3
Il vous reste jusqu'à demain 18h alors VOTEZ !!!!
<https://www.tourisme-tarnetgaronne.fr/auwillar-village.../>
Ou par téléphone au 3245 (0,80€/min + prix appel)
Images: Florian Penavire... Afficher la suite



AUVILLAR, sous les feux des projecteurs

INSTAGRAM:

Création de 6 posts et 4 stories effectuées. Plus de 500 likes et 26 commentaires pour la meilleure publication. Couverture de plus de 6000 comptes touchés par publication 956 vues pour la vidéo IGTV



TWITTER :

1 tweet effectué et retweet de tous ceux de la région et d'influenceurs.



LINKEDIN :

1 post relayé par plusieurs followers et employés de Tarn-et-Garonne Tourisme, plus de 500 personnes atteintes. Relai des posts d'influenceurs.



Lors de la diffusion de l'émission du 30 juin 2021 sur France 3, le village d'Auwillar a été classé à la 4^{ème} place du palmarès du Village Préféré des Français.

PENTE D'EAU DE MONTECH

Phase 1 : à partir de janvier - mars 2021

Valorisation sur le site de destination tourisme-tarnetgaronne.fr

Mise à jour de la page dédiée à la Pente d'Eau avec ajout de nouveaux éléments (photos, vidéos... en fonction des outils disponibles) et textes (en lien avec l'avancement des ouvertures : OT, péniche etc...). Suppression de la page dédiée sur la Home Page du site via le bloc dédié (nouveau visuel de Bakélite).

Valorisation sur les réseaux sociaux de Tarn-et-Garonne Tourisme

Posts réguliers sur l'avancée du projet + diffusion du film « teaser » de Bakélite.

Suppressions dans les éditions touristiques (Grand public et Professionnels)

La Parenthèse 2021, La Carte Touristique du Tarn-et-Garonne, La Carte randos à vélo, Le Tarn-et-Garonne en famille, Le Dossier de Presse de Tarn-et-Garonne Tourisme, Le Catalogue Groupes – Excursions 2021, Le Dossier de Presse du Canal des 2 mers à vélo...



PENTE D'EAU DE MONTECH

Insertions publicitaires dans Presse Magazine Régionale

Insertion dans le magazine « Itinérances » : n° unique au printemps / 12 000 ex. / diffusion sur bassins Quercy, Corrèze, Rouergue et Périgord – en complément d'un dossier spécial de 10 pages « Itinérance des portes de Montauban à Moissac ».

Date de publication : début juin 2021.

Insertion dans le Guide du Routard » : parution dans l'édition « Midi Toulousain – Pyrénées, Gascogne ». **Date de publication** : printemps 2021.

Campagne de communication sur le réseau d'affichage sur Toulouse

Support Arrières de Bus (77 faces sur Toulouse Métropole) - cible : public urbain et amateur de loisirs de plein air. Communication favorisant la fréquentation du Canal par un public de proximité. **Diffusion de la campagne** : du 4 au 17 mai 2021.

Campagne de communication sur le réseau Muppie du département (39 panneaux)

Valorisation de la Pente d'eau avec invitation à découvrir le site et l'itinérance le long du Canal (en lien avec la Direction de la Communication du Conseil Départemental).

Diffusion de la campagne : à partir du 28 avril 2021 / durée 3 semaines.



PENTE D'EAU DE MONTECH

Campagne de promotion à la radio

Valorisation de la Pente d'eau avec invitation à découvrir le site et l'itinérance le long du Canal (en lien avec la Direction de la Communication du Conseil Départemental).

Diffusion sur Nostalgie, Radio 100%, Totem, CFM : campagne d'une semaine entre le 15 mai et le 6 juin 2021.

Club des sites : Promotion du Flyer « Pente d'eau » dans les présentoirs du Club des sites + mini-cartes dans les présentoirs des hôtels/restaurants partenaires.

Accueil d'influenceurs / presse

Organisation d'accueils de journalistes et de blogueurs en partenariat avec l'OTI Grand Sud Tarn-et-Garonne. **Dates : 21 avril avec France Bleu Occitanie / 3 juin avec « Un pied dans les nuages » / 27 juin avec « LezBroz »...**

Organisation d'un Instameet sur le site de la Pente d'Eau en partenariat avec l'OTI Grand Sud Tarn-et-Garonne. **Date : 7 août 2021.**

Club des sites : Insertion publicitaire (page rédactionnelle) dans la TAP « spécial Patrimoine » publié dans 10 éditions de la Dépêche du Midi. **Date de publication : 14 septembre 2021.**



ENQUÊTE ACIR, GUIDE DU MARCHEUR, ANNEE JACQUAIRE...

Enquête ACIR

L'ACIR et ses partenaires (départements, régions, CRT, ADT/CDT), finalisent le lancement d'une étude de clientèle afin de parfaire la connaissance des publics, des pratiques et des retombées économiques liées aux randonneurs utilisant les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle (dernières données : 2003).

-> **Périodes de l'enquête** : de mi mai à novembre 2021 via PLV, QR Code, web simplifié en 4 langues. Présentation de l'enquête aboutie au 1^{er} trim. 2022.

Guide du Marcheur

A la demande des OT présents le long du GR65, et afin d'offrir un outil pratique aux marcheurs sur le Chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle, il a été décidé de créer un Guide du Marcheur « Spécial Tarn-et-Garonne ». Celui-ci recensera les infos essentielles sur ce parcours. Ce document sera en version print et digitale. Des éditions print pour le Gers et pdf pour le Lot) existent déjà.

Année Jacquaire

Dès réception des infos sur les animations prévues sur les territoires, une page dédiée sera créée sur le site avec valorisation sur les Réseaux sociaux.



EVENEMENT OENOTOURISTIQUE : 12 et 13 juin 2021

Travail préparatoire avec les agences retenues dans le cadre de l'appel d'offre de l'évènement oenotouristique structuré dans le cadre du projet de coopération oenotouristique. Cet évènement proposera aux visiteurs une expérience dans les vignobles à travers des circuits avec enquête policière et énigmes. Les participants devront découvrir le coupable au gré des visites dans les domaines viticoles. Parmi les vigneron, se cache le suspect.

C'est un jeu grandeur nature qui allie beauté du paysage et plaisirs du palais, véritable aventure familiale. Cette aventure pourra se pérenniser dans le temps (sur l'exemple de « Soupçons en Jurançon » élaboré par l'agence Tendence Sud).

Le programme :

- > **Des balades oenotouristiques en journée sur les 6 appellations** les samedi et dimanche.
- > **Une soirée guinguette chic à la Pente d'Eau de Montech avec animations musicales à partir de 18h.**
- ✓ Visite de la pente d'eau par l'OTI Grand Sud Tarn-et-Garonne.
- ✓ Animations musicales avec bandas en déambulation.
- ✓ Village des 6 appellations avec énigmes à trouver, dégustations et ventes de vin.
- ✓ Concert du groupe guinguette LE FESTIN.



Objectifs de l'évènement :

- > Développer l'activité chez les vigneron.
- > Améliorer l'attractivité du territoire.
- > S'inscrire dans une dynamique locale.

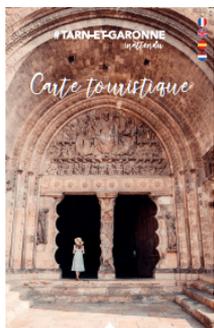


1.2

PLAN DE PROMOTION
COMMUNIVATION

-> de janvier à avril 2021

EDITIONS « Collection 2021 »



NOUVEAUTÉ

2 éditions La Parenthèse

- 1 en français
- 1 langues étrangères (GB / ES / NL / ALL)



NOUVEAUTÉ :

- 1 dépliant Randonnées (FR)
- 1 dépliant Camping-car et van (FR)



NOUVEAUTÉ : 2 éditions thématique vélo

- 1 carte véloroute (FR / GB / ES / NL)
- 1 carte voie verte (FR / GB / ES / NL)



Dans les Offices de Tourisme, Aires autoroutières et Conseil Départemental

Bornes autoroutières et écrans OT

1^{ère} phase 2021 > 10 players vont être remplacés :

- Moissac
- Lauzerte
- Auvillar
- Montauban
- St Antonin

- Montech
- Bruniquel
- Caussade
- Lafrançaise
- Conseil Départemental

2^{ème} phase fin 2021
> acquisition de 5 players supplémentaires pour remplacement

Nouvel habillage des 2 bornes autoroutières (aire du Frontonnais et aire de Garonne)
+ borne au Conseil Départemental

WELCOME !

WELCOM !

BIENVENUE !
#TARN-ET-GARONNE
inattendu

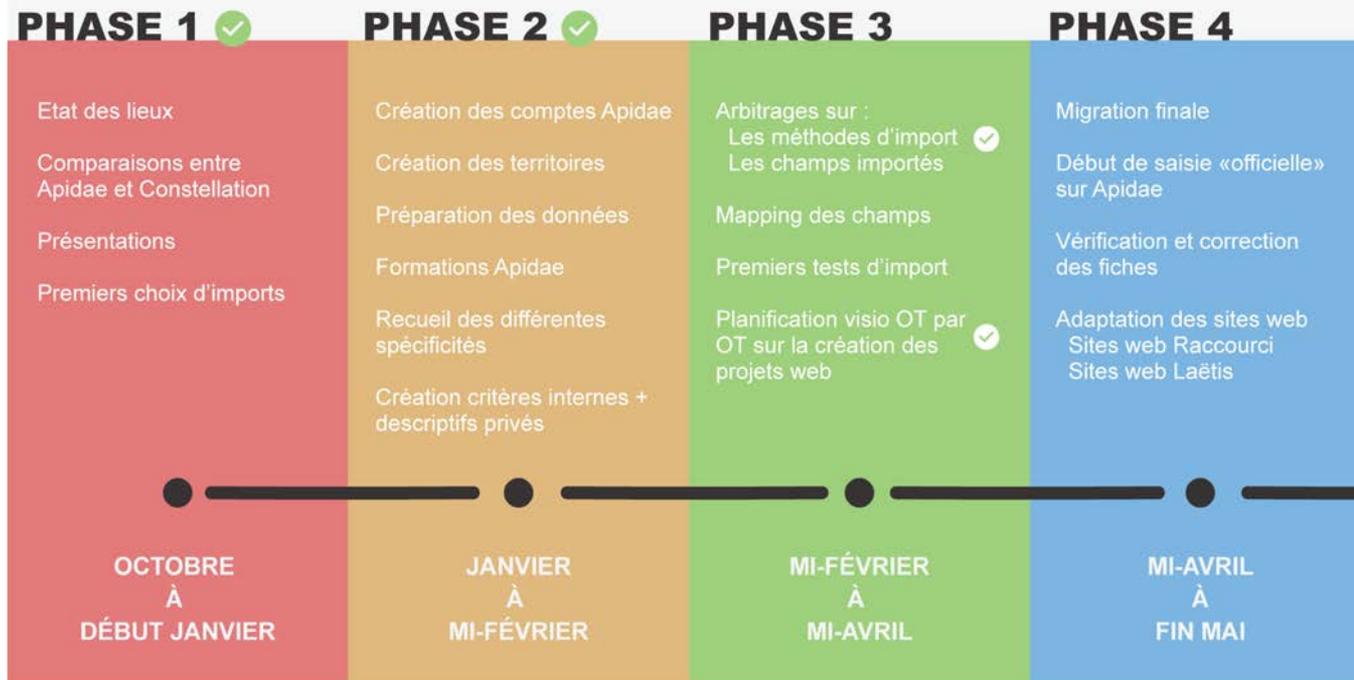
HERZLICH
WILLKOMMEN !

i BIENVENIDO !

TOURISME-TARNETGARONNE.FR



MIGRATION CONSTELLATION --> APIDAE



La migration de toutes les données est effective depuis le 30 juin 2021. Les sites des OTI concernés et de Tarn-et-Garonne Tourisme sont désormais alimentés directement par APIDAE.

Dans la perspective de l'arrêt de l'outil RodsApp en lien avec Constellation...

Outil à l'étude : Roadbook

Avec l'arrêt de Constellation / Rods'app :

- A l'étude, pour une éventuelle utilisation à partir de 2022, l'outil proposé par Raccourci Agency : **Roadbook**. Cet outil est plus axé sur du « carnet de voyage ». Raccourci Agency étudie, à la demande de Tarn-et-Garonne Tourisme, un développement de l'outil sur de l'analyse statistique.
- Pour 2021, mise en place d'un **formulaire Google form pour chaque OT et BIT** reprenant le « tagage » de Rodsapp et partagé dans un drive entre l'OT concerné et Tarn-et-Garonne Tourisme



FORMATION : Gestion d'une campagne Facebook Ads / Instagram

Cette formation est proposée aux Offices de Tourisme. Elle est gratuite, et se déroulera sur 4 demi-journées en visio-conférence:

- le 15/04 de 14h à 17h30
- le 22/04 de 14h à 17h30
- le 09/06 de 9h00 à 12h30
- le 10/06 de 14h à 17h30

Objectifs:

- Découvrir comment Facebook/Instagram est devenu un levier incontournable dans votre stratégie digitale
- Identifier les objectifs de campagne les plus adaptés pour des actions Branding ou Acquisition
- Maîtriser les Best practices d'annonces et de visuels ainsi que les optimisations pour améliorer les performances
- Ateliers pratiques et mise en situation sur les comptes Facebook / Instagram de Tarn-et-Garonne Tourisme

 **Tourisme Tarn et Garonne est à Lafrançaise.**
Publié par Adt Pro · 2 h · Instagram ·  ...

Pâques se prépare en [#tarnetgaronne](#) 🍌 🍌 🍌 découvrez les meilleures chocolateries où se régaler: <https://www.tourisme-tarnetgaronne.fr/.../paques-en-tarn.../>
Créations originales de Pâtisserie Cédric Moretto - "le Grain Doré"



553 Personnes touchées 39 Interactions [Booster la publication](#)

A man in a dark jacket and pants is walking through a vast field of lavender flowers. The field is composed of many neat, parallel rows of purple flowers that stretch far into the distance. The man is positioned in the lower right quadrant of the frame, walking away from the viewer. The overall scene is a beautiful, serene landscape of a lavender farm.

**RELATIONS PRESSE
INFLUENCEURS
&
RÉSEAUX SOCIAUX
CONTENU DIGITAL**

Marché France et étranger / cible : Presse

- FRANCE

Partir En France, rencontres Presse Nationale à Paris, organisées par Tourisme & Territoires.

3 sessions **en virtuel** :

- 18 et 19 janvier 2021
- 9 Avril 2021
- Octobre 2021 (1 journée)

Salon des Blogueurs

Reporté en 2022 à Mandelieu-La-Napoule

- GRANDE-BRETAGNE

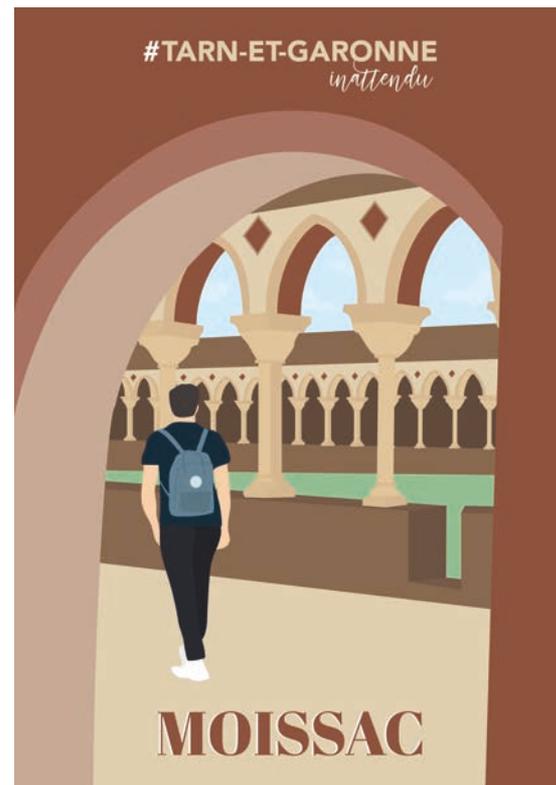
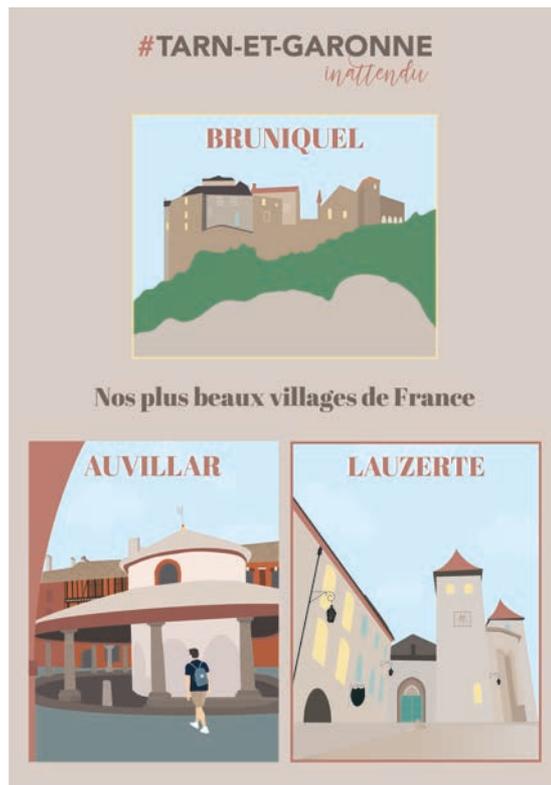
Workshop IMM à Londres

Date : 18, 19 et 20 mai 2021 **en virtuel**



Pour la Grande-Bretagne, la Belgique, l'Espagne, les Pays-Bas, l'Allemagne et les autres pays étrangers (marché européen et marchés lointains), nos actions de séduction s'appuient en complément sur des workshops (virtuels) et accueils de presse.

Réalisation d'affiches avec Clémence de Découvrir ensemble



Marché France et étranger / cible : Presse

Les reportages déjà programmés

- **Canal des Deux Mers à vélo**
Reportage les 27 et 28 juin 2021 par **LezBroz**
en partenariat avec les membres de l'itinéraire
- **Vallée et Gorges de l'Aveyron à vélo**
Reportage du 5 au 10 juillet 2021 avec **Trekking & Voyage**
- **Randonnée à pied en Tarn-et-Garonne**
Reportage du 7 au 11 juin 2021 avec **Wild Road**
- **Bien-être en Tarn-et-Garonne**
Reportage sur l'automne 2021 avec **El Giroscopo Viajero**



INSTAMEETS CALENDRIER PRÉVISIONNEL 2021

INSTAMEET Samedi 10 Avril 2021 EN QUERCY

Lauzerte

Tarn-et-Garonne



PROGRAMME:

Place des Cornières

9h30 - Rendez-vous à l'Office de Tourisme, puis tour libre du marché des producteurs

Cité médiévale

11h - Visite de la bastide et de ses (re)coins méconnus

Pause gourmande

13h - Déjeuner pique-nique Quercynois

Journées Européennes des Métiers d'Art

14h30 - Découverte des ateliers d'artistes et artisans d'art

Jardins

16h - Promenade nature et ludique des jardins bordant l'enceinte médiévale

inscriptions obligatoires:

lauriane.donzelli@tourisme82.com

07 86 22 33 50

> Quercy Sud-Ouest

10 avril – Lancement des journées des métiers d'Art (reporté en 2022)

> Quercy Caussadais :

Octobre (date à définir)

> Deux Rives:

Printemps (reporté en 2022)

> Lomagne

4 juillet : Château de Gramont pour le lancement de la nouvelle exposition

> Grand Sud 82:

7 août à Montech

> Causses et Gorges de l'Aveyron

Fin octobre : Découverte de Varen et Laguéprie

EXPERIENCES

11 actuellement en ligne, de nombreuses autres prévues

PEPITES

12 actuellement en ligne, les prochaines:

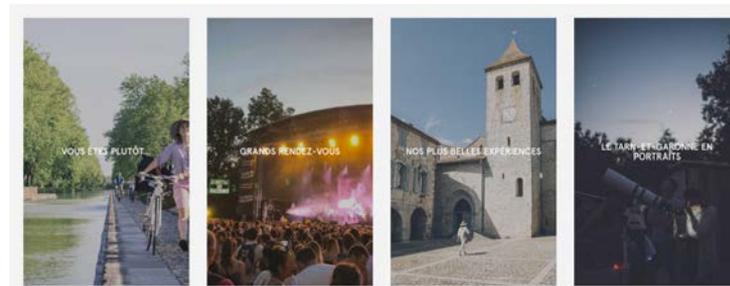
- Notre Dame des Grâces
- Saint-Symphorien
- Piquecos
- Varennes

TOP 5

Nouvelle rubrique en 2021

PORTRAITS

42 actuellement en ligne: 9 artisans, 11 producteurs, 6 Chefs, 14 vignerons, 2 hébergeurs.



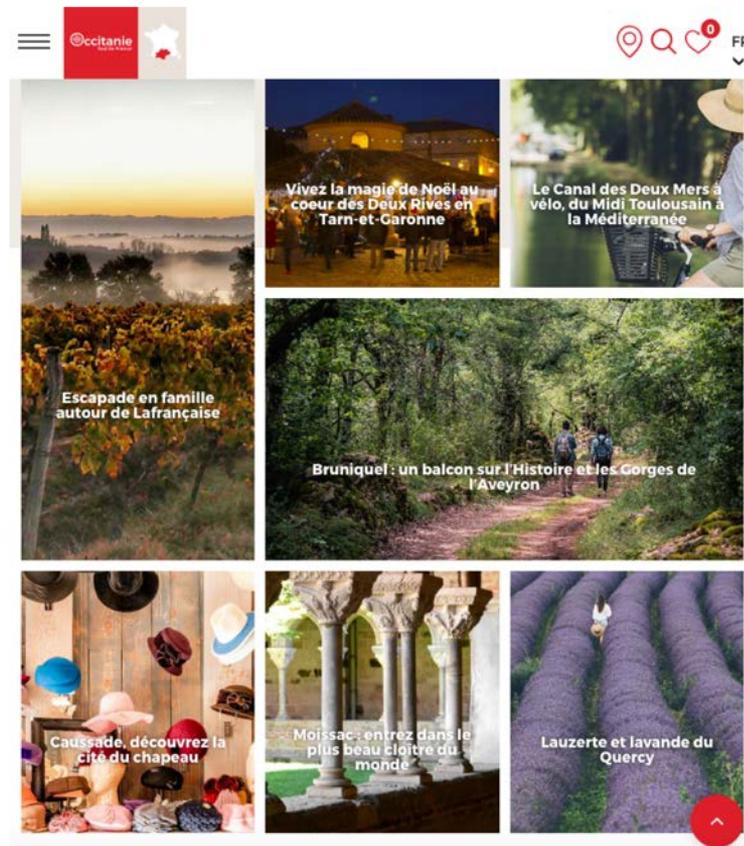
FABULEUX VOYAGE

En attente du nouveau cahier des charges du CRT:

- Auvillar, la perle de la Garonne
- Sports à sensations dans les Gorges de l'Aveyron

Les « road-trips » interdépartementaux :

Un premier « circuit des peintres » :
Tarn-et-Garonne, Aveyron et Tarn est en ligne





1.3
PLAN DE PROMOTION
COMMUNICATION
-> de mai à décembre 2021

Campagne de communication/ Promotion Mix-Médias

Objectifs : travailler la notoriété, développer une image de marque, partager les valeurs de la Destination Tarn-et-Garonne, créer une présence à l'esprit auprès d'un public cible sur la proximité (départements ex. Midi-Pyrénées + ciblage sur des départements proches à potentiel: Gironde, l'Hérault, les Pyrénées-Orientales, Gard...).

Communication sur médias TV et Internet avec France 3 Occitanie

- **Campagne TV: 15 jours consécutifs, 50 spots.**

Date : du 3 au 16 mai 2021

Cible : 35 ans+ et seniors.

- **Double Campagne Web concomitante :**

>>> Présence sur le **portail francetv.fr** / Transformation du spot TV en pré roll vidéo et diffusion de celui-ci avant chaque **programme vu en replay**.

Ciblage des clientèles visées : par villes en géolocalisation depuis le portail des émissions.

>>> Habillage personnalisé du **portail meteofrance.fr** avec bannière promotionnelle durant 15 jours.

- **Promotion sur Réseaux sociaux:** post sur la page Facebook de France 3 Occitanie.



- **Internet** : poursuite du développement du site portail de destination en mettant en avant des contenus attractifs (textes, expériences, photos, vidéos...) afin de répondre aux attentes des clientèles.

A venir : Création d'un univers « Famille et enfants ».

- **Influenceurs** : poursuite du positionnement de la destination auprès des blogueurs repérés en fonction de leur audience et leur intérêt pour le Tarn-et-Garonne.

- **Réseaux sociaux** : valorisation de la destination auprès de tous supports « communautaires » en poursuivant l'organisation d'Instameets avec les OT.

- **E-marketing de conquête et de fidélisation** : poursuite du développement d'une programmation stratégique de newsletters à destination de nos 3 cibles de clientèles.

- **Banque d'images et vidéos touristiques** : densification de la banque d'images et vidéos dans le cadre du programme d'acquisitions mutualisées avec les Offices de Tourisme.



GRC / Gestion de la Relation Client :

Structuration d'une stratégie GRC propre à Tarn-et-Garonne Tourisme et en partenariat avec le CRTL.

Objectifs visés :

- massifier et coordonner les parcours clients,
- transformer les contacts en collecte de Data First Party,
- développer la connaissance client,
- personnaliser les contenus sur la durée,
- coordonner tous les canaux dont les réseaux sociaux, et garantir la Compliance RGPD.

Evadez-vous en Tarn-et-Garonne



Avec le retour du soleil, les jours qui rallongent, il plane déjà un air de printemps.

En Tarn-et-Garonne, nos viticulteurs, nos hôteliers et chocolatiers proposent des escapades gourmandes à découvrir ce printemps !



Découvrir le vin autrement

Escape game dans un chai, dégustation dans le noir...

Entrez dans les domaines, poussez la porte des chais, discutez avec les vigneronns sur leur passion du vin, vivez des expériences inédites autour du vin avec escape game, dégustation dans le noir.

Vivez et vibrez des instants inattendus dans les vignobles du Tarn-et-Garonne !

En savoir +

Programmation 2021 de la news Grand Public « Destination Tarn-et-Garonne »

- **14 janvier** : Thème 1 : Activités bien-être et détente / Thème 2: Offres promo.
- **4 février** : Thème 1 : Gastronomie / Thème 2 : «Saint-Valentin».
- **4 mars** : Thème 1 : Viticulture / Thème 2 : Idées week-end pour Pâques (4/04).
- **1^{er} avril** : Thème 1: Famille et Loisirs / Thème 2 : Art de vivre.
- **6 mai** : Thème 1 : Fêtes des Mères (30/05) / Thème 2 : Idées pour les longs week-ends de l'Ascension (13/05) et Pentecôte (23/05).
- **3 juin** : Thème 1 : Festivals et Evènementiels / Thème 2 : Fête des Pères (20/06).
- **1^{er} juillet** : Thème 1 : Famille et Loisirs / Thème 2 : Festivals et Evènementiels.
- **5 août** : Thème 1 : Famille et Loisirs / Thème 2 : Festivals et Evènementiels.
- **2 septembre** : Thème 1 : Viticulture / Thème 2 : Art de vivre.
- **7 octobre** : Thème 1 : Famille et Loisirs vacances de Toussaint / Thème 2 : Viticulture.
- **4 novembre** : Thème 1 : Activités d'automne / Thème 2 : Premières idées de réveillon.
- **2 décembre** : Thème 1 : Idées cadeaux / Thème 2 : Réveillons de Noël et du 31 décembre.

-> **Partenariat : OT, filières, professionnels.**

-> **Deadline : envoi des infos 15 jours avant la date d'envoi.**

Actions engagées pour soutenir les professionnels

Dans la continuité des actions menées en 2020, au début de la « crise sanitaire », Tarn-et-Garonne Tourisme poursuit sa stratégie opérationnelle afin de :

1°) conforter nos socio-pros et les soutenir grâce à un accompagnement personnalisé (infos sur les tendances comportementales des touristes, suggestions pour booster ses ventes, optimiser sa communication via son site comme sur les réseaux sociaux);

2°) Offrir la gratuité des packs elloha en 2021 à tous les socio-professionnels (offres en lien avec la Place de Marché : pack basic pour le locatif et chambres d'hôtes (150€), pack Startup pour tous les professionnels (120€), et réduction de 50% sur le pack Magic (240€);

3°) Offrir la gratuité des passerelles CToutVert pour les Campings et Réservit pour les Hôtels en 2021 à tous les socio-professionnels partenaires de la Place de Marché elloha.

4°) Définir une programmation de news letters offensives valorisant les professionnels qui ont développé une digitalisation de leurs offres, en lien avec la page dédiée aux « Offres spéciales » du site de Destination + soutien aux labels Gîtes de France, Clévacances, Logis, filières de l'hébergement, de la restauration, des sites touristiques, des festivals...

Fiches Actions dédiées aux professionnels

Des fiches actions thématiques sont prévues afin de soutenir les professionnels tarn-et-garonnais (hébergements, restauration, producteurs, sites et activités de loisirs, évènementiels...). Ces actions viseront à promouvoir chaque thématique à vocation touristique sur :

-> **INTERNET** : mise en avant sur le site, réalisation de portraits, valorisation d'offres etc...

-> **RESEAUX SOCIAUX** : suppression de thèmes et d'offres sur nos pages spécifiques (Facebook...).

-> **MARKETING DIRECT** : promotion de tous les thèmes dans 2 tirés à part distribués via la Presse Quotidienne Régionale / 25 mai et 17 juin) : Lectorat : 1 000 000 lecteurs par opération.

-> **E-MARKETING DE FIDELISATION ET DE CONQUÊTE** : mise en avant des thèmes et offres tout au long de la programmation de nos news letters.

-> **AUTRES ACTIONS THEMATIQUES :**

Campings : promotion sur le marché néerlandais via un partenariat G4 / ANWB etc...

Hôtels Restaurants et Vins : création d'un set de table valorisant les Hôtels-Restaurants et les 6 appellations viticoles du Tarn-et-Garonne (en partenariat avec la Fédération des Vins du 82) avec distribution dans le département + une action de conquête sur le marché toulousain (sur une sélection de restaurants partenaires)...

Exemple : Fiche Actions dédiée aux Campings

1°) ELLOHA - PLACE DE MARCHÉ :

Gratuité de la passerelle CToutVert / Elloha pour tous les Campings en 2021 (pack Startup pour tous les professionnels (normalement 120€/an), et réduction de 50% sur le pack Magic (240€). **13 campings sont concernés à ce jour.**

2°) INTERNET : sur le site du tourisme en Tarn-et-Garonne – www.tourisme-tarnetgaronne.fr

Valorisation d'offres de dernière minute et offres spéciales « Campings » sur le site du tourisme Tarn-et-Garonnais.

3°) RESEAUX SOCIAUX : sur la page Facebook dédiée

Suppression d'offres sur notre **page dédiée** / communauté de **12 365 abonnés** / sponsoring payant pris en charge par Tarn-et-Garonne Tourisme afin de démultiplier la visibilité des posts auprès de clientèles intéressées par la Destination Tarn-et-Garonne.

4°) E-MARKETING DE FIDELISATION ET DE CONQUETE : news letters thématiques

Promotion via la news letter Grand Public « Destination Tarn-et-Garonne » (lettre de séduction agrémentée de contenus ciblés (textes, expériences, portraits, offres et séjours...). Programmation annuelle à raison d'une news letter par mois (ex : 3 juin, 1^{er} juillet, 5 août, 2 septembre 2021...). **Cette programmation pourra être complétée en fonction de besoins particuliers et si « offres spéciales » dans le cadre d'une news « Campings ».**

5°) MARKETING DIRECT : mise en avant des hébergements en général

grâce à des suppléments publiés dans la PQR / Presse Quotidienne Régionale

- **Tiré à part « Spécial Tarn-et-Garonne » de 8 pages** sur les 10 éditions de la Dépêche du Midi (10 départements ex. Midi-Pyrénées + Aude et Lot-et-Garonne).

Diffusion 25 mai sur un potentiel de 1 000 000 lecteurs.

- **Tiré à part « Echappées Belles en Tarn-et-Garonne » de 4 pages** sur les 10 éditions de la Dépêche du Midi (10 départements ex. Midi-Pyrénées + Aude et Lot-et-Garonne).

Diffusion le 17 juin sur un potentiel de 1 000 000 lecteurs.

ACTIONS SPECIFIQUES « PAYS-BAS » avec l'ANWB // Partenariat G4 - CRTL

Dispositif : campagne digitale multi-supports en **mai-juin-juillet** avec l'ANWB. Des millions de néerlandais font le choix de partir en vacances en camping grâce aux campagnes marketing et early booking proposées par l'ANWB.

13 campings sont partenaires de l'ANWB en Tarn-et-Garonne.

- **Article en ligne pour les 4 destinations (24 mai)** selon un thème sur anwb.nl/kamperen (inspirational) avec un lien vers la page dédiée dans anwbcamping.nl

- **2 Newsletters « Kamperen » (2 et 6 juin)** : ciblage de 88.000 membres de l'ANWB.

- **Facebook article (2 juin)** avec un lien vers l'article sur anwb.nl/kamperen

- **Facebook ads** avec un lien vers ANWBcamping.nl

- **Google AdWords** : promotion de la page dédiée (**du 17 au 23 mai**) sur anwb.nl/kamperen

- **Bannière sur ANWBcamping.nl durant 2 mois (juin et juillet)** sur la page anwbcamping.nl/frankrijk

Exemple : Fiche Actions dédiée aux Festivals

1°) INTERNET : sur le site du tourisme en Tarn-et-Garonne – www.tourisme-tarnetgaronne.fr

- Valorisation sur la home page avec la rubrique « Fêtes et Manifestations »
- Mise en avant dans la rubrique « A voir, à faire » / Sortir / Grands Rendez-vous et Agenda
- Zoom sur un événementiel au travers du portrait d'un organisateur de festival dans la rubrique « Moment à vivre / Le Tarn-et-Garonne en portrait ».

Nouveauté 2021 : Création de widget gratuit permettant la visualisation du calendrier des Fêtes et Manifestations via la nouvelle base de données départementale APIDAE. Les widgets sont générés directement par les OT de chaque territoire et Tarn-et-Garonne Tourisme pour insertion dans les sites internet de professionnels (hébergeurs, sites, partenaires...).

2°) RESEAUX SOCIAUX : sur la page Facebook dédiée

Suppression des événements et animations sur notre page dédiée « Agenda des sorties en Tarn-et-Garonne » / communauté de 989 abonnés / sponsoring payant pris en charge par Tarn-et-Garonne Tourisme afin de démultiplier la visibilité des posts auprès de clientèles de proximité.

3°) E-MARKETING DE FIDELISATION ET DE CONQUETE : news letters thématiques

- Promotion via la news letter Grand Public « Destination Tarn-et-Garonne » (lettre de séduction agrémentée de contenus ciblés (textes, expériences, portraits, offres et séjours...)). Programmation annuelle à raison d'une news letter par mois (ex : 1^{er} avril, 6 mai, 3 juin, 1^{er} juillet, 5 août, 2 septembre 2021...). Cette programmation pourra être complétée en fonction de besoins particuliers.

- Promotion via la news letter Grand Public « Agenda des sorties en Tarn-et-Garonne » envoyée aux clientèles de proximité (bassins Occitanie et Nouvelle Aquitaine). Diffusion hebdomadaire le mercredi / actuellement arrêtée en raison de la crise sanitaire.

4°) MARKETING DIRECT :

mise en avant des hébergements en général
grâce à des suppléments publiés dans la PQR / Presse Quotidienne Régionale

- Tiré à part « Spécial Tarn-et-Garonne » de 8 pages sur les 10 éditions de la Dépêche du Midi (10 départements ex. Midi-Pyrénées + Aude et Lot-et-Garonne).

Diffusion 25 mai sur un potentiel de 1 000 000 lecteurs.

- Tiré à part « Echappées Belles en Tarn-et-Garonne » de 4 pages sur les 10 éditions de la Dépêche du Midi (10 départements ex. Midi-Pyrénées + Aude et Lot-et-Garonne).

Diffusion le 17 juin sur un potentiel de 1 000 000 lecteurs.

5°) JEUX-CONCOURS :

lot d'entrées payantes à faire gagner

Soutien aux festivals et événements qui seront organisés en 2021 avec l'achat d'entrées par Tarn-et-Garonne Tourisme et leur diffusion via des jeux en ligne, sur les réseaux sociaux et la PQR.

6°) CAMPAGNES PROMOTIONNELLES
SUR LA RADIO « CFM »

9 campagnes publicitaires seront programmées cet été sur l'antenne de CFM en soutien aux festivals et événements maintenus en 2021 (à définir avec TGAC).

Convention de partenariat pour la commercialisation d'offres sur un plan inter-départemental

Le but de cette convention doit permettre aux trois structures (TARN TOURISME, HAUTE-GARONNE TOURISME et TARN ET GARONNE TOURISME) de pouvoir s'associer ponctuellement pour la promotion et la commercialisation de prestations et séjours touristiques sur leurs territoires de compétence associés.

Les trois CDT/ADT sont chargés mutuellement de **promouvoir** auprès des voyageurs et/ou des entreprises professionnelles, les **offres de prestations touristiques de leur territoire propre et occasionnellement de leurs territoires associés**, afin de permettre la conclusion d'un contrat de réservation.

Chacun des trois CDT/ADT aura un rôle d'information et de conseil auprès des voyageurs sur les propositions de prestations vendues et exécutées par chacune des trois parties ainsi que sur les propositions d'une production commune.

Cette convention nécessitera de modifier les statuts de Tarn-et-Garonne Tourisme afin de nous permettre d'étendre notre périmètre de compétence aux départements voisins. En effet, si nous dépassons ce périmètre, nous sommes couverts par notre assurance pour la partie « Responsabilité Civile » mais pas pour la partie « pénale ». L'extension de notre périmètre de compétence devra être intégrée dans nos prochains statuts. Les autres CDT feront de même.

TARN-ET-GARONNE

Tourisme

Sud-Ouest - Occitanie

TARN

TOURISME



2^{ème} FORUM TOURISME ET INTERNET

Mardi 12 octobre 2021 - 9h / 17h - Au domaine de Pousiniès (St-Etienne de Tulmont)



Thèmes à confirmer :

- Le Tourisme de demain ou comment s'adapter aux attentes des clientèles (notamment après le COVID) ?
- Commercialiser sa structure et booster ses ventes
- La GRC n'est pas un gros mot ! Comment intégrer la relation client dans sa stratégie d'accueil, de promotion et de commercialisation ?
- Des Réseaux Sociaux pour quoi faire ? Comment définir une stratégie optimale ?
- « Speed-dating touristique » ...



ACTIONS PARTENARIALES
AVEC
LES OFFICES DE TOURISME,
ET LES CDT 31, 32, 47, 81

Salons Marché France / cible : Grand Public / opérations mutualisées

63% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est française (% en nombre de nuitées)

BASSIN OUEST

22^{ème} Salon International du Tourisme de Nantes

Date: reporté les 21, 22 et 23 janvier 2022

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : 36m2 (banques d'infos tourisme pour les OT et professionnels)

Espace animation offert (démonstration, artisanat...).

25^{ème} Salon International du Tourisme de Rennes

Date: reporté les 28, 29 et 30 janvier 2022

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : 36m2 (banques d'infos tourisme pour les OT et professionnels)

Espace animation offert (démonstration, artisanat...).

Partenaires mobilisés : OTI Grand Montauban, Moissac
Terres des Confluences et Les Deux Rives.

ACTIONS DE SUBSTITUTION 100% TARN-ET-GARONNE

Afin de remplacer ces deux salons annulés, nous proposons d'organiser, en mutualisation avec les Offices de Tourisme partenaires sur les bassins émetteurs de l'Ouest de la France :

-> 1 Campagne digitale sur le site « Le Bon Coin Vacances » géo-localisée sur les agglomérations de Nantes et Rennes (audience : 4,4 millions de visiteurs uniques)

Format : Masthead / Durée : tout le mois de juillet 2021

Affichages réalisables : 714 285 affichages

Objectifs : générer du trafic sur les sites internet des OT et booster les réservations de dernières minutes + celles d'août, capter de la Data qualifiée sur ce bassin émetteur.

-> 1 Opération avec Camping.Car magazine

(Action de séduction à destination des clientèles de ce bassin autour de la découverte du Tarn-et-Garonne en camping-car)

Salons Marché France / cible : Grand Public / opérations mutualisées

63% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est française (% en nombre de nuitées)

BASSIN OUEST

22^{ème} Salon International du Tourisme de Nantes

Date: reporté les 21, 22 et 23 janvier 2022

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : 36m2 (banques d'infos tourisme pour les OT et professionnels)

Espace animation offert (démonstration, artisanat...).

25^{ème} Salon International du Tourisme de Rennes

Date: reporté les 28, 29 et 30 janvier 2022

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : 36m2 (banques d'infos tourisme pour les OT et professionnels)

Espace animation offert (démonstration, artisanat...).

Partenaires mobilisés : OTI Grand Montauban, Moissac
Terres des Confluences et Les Deux Rives.

ACTIONS DE SUBSTITUTION DANS LA CADRE DU G4

Afin de remplacer ces deux salons annulés, nous proposons d'organiser, en mutualisation avec les CDT du Gers, de la Haute-Garonne et du Tarn, partenaires sur les bassins émetteurs de l'Ouest de la France :

-> 1 Tiré à part « OUEST FRANCE » de 12 pages

diffusé sur les agglomérations de Rennes et de Nantes.

Distribution en semaine, à 92 788 exemplaires.

Parution : début juin.

-> 1 campagne digitale (G4)

sur le site de « OUEST FRANCE »

sur les agglomérations de Rennes et de Nantes.

Impressions estimées : 300 000.

Diffusion du 14 au 20 juin.

Salons Marché France / cible : Grand Public / opérations mutualisées

63% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est française (% en nombre de nuitées)

BASSIN SUD-OUEST

Micro marché à Toulouse (Rue Alsace Lorraine)

Date : reporté fin avril 2022

Partenariat : ADT82 / OT du T&G

> Stand mutualisé : OT avec 1 prestataire/producteur

Partenaires : OTI Montauban, Moissac, Quercy Sud-Ouest, Deux Rives et Lomagne, Midi-Quercy.

Bordeaux Fête le Vin

Date : reporté en juin 2022

Partenariat : ADT82 / OT du T&G et CDT31, CDT32, CDT81

Partenaires : OTI Montauban et Moissac

ACTIONS DE SUBSTITUTION

100% TARN-ET-GARONNE

Afin de remplacer ces deux salons annulés, nous proposons d'organiser, en mutualisation avec les Offices de Tourisme partenaires sur les bassins émetteurs du Sud-Ouest :

-> 1 Campagne de Marketing Direct sur le marché de proximité avec Toulouse / Haute-Garonne

(Tiré à part de 28 pages extrait du magazine de séduction La Parenthèse - distribution via le supplément week-end de La Dépêche. Tirage : 69 000 exemplaires.
Réalisation : 20 juin.

-> 1 Campagne de Marketing Direct sur le marché de proximité avec Bordeaux / Sud-Gironde

(Tiré à part de 28 pages extrait du magazine de séduction La Parenthèse - distribution via le supplément week-end du Journal Sud-Ouest. Tirage : 42 000 exemplaires.
Réalisation : 20 juin.

Salons Marché France / cible : Grand Public / opérations mutualisées

63% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est française (% en nombre de nuitées)

BASSIN SUD-OUEST

Micro marché à Toulouse (Rue Alsace Lorraine)

Date : reporté fin avril 2022

Partenariat : ADT82 / OT du T&G

> Stand mutualisé : OT avec 1 prestataire/producteur

Partenaires : OTI Montauban, Moissac, Quercy Sud-Ouest, Deux Rives et Lomagne, Midi-Quercy.

Bordeaux Fête le Vin

Date : reporté en juin 2022

Partenariat : ADT82 / OT du T&G et CDT31, CDT32, CDT81

Partenaires : OTI Montauban et Moissac

Salon Vins et Terroirs à Toulouse

Dates : du 29 octobre au 1^{er} novembre 2021

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81 et IVSO

Mise en avant des vins de nos quatre destinations aux côtés de l'IVSO et des producteurs présents.

Valorisation des appellations labellisées Vignobles & Découvertes.

ACTIONS DE SUBSTITUTION DANS LE CADRE DU G4



BASSIN SUD-OUEST (Bordeaux)

Afin de remplacer l'évènement Bordeaux fête le Vin annulé, nous proposons l'organisation d'une opération de marketing direct, en mutualisation avec les CDT du Gers, de la Haute-Garonne et du Tarn.

Dispositif :

- **Création d'un Tiré à part de 4 pages dans le journal SUD-OUEST,**

afin de valoriser les quatre destinations touristiques du regroupement G4.

Diffusion sur la zone de Bordeaux / Sud Gironde.

Distribution : **76 200 exemplaires.**

Parution : **9 juin.**



Salons Marché France / cible : Grand Public / opérations mutualisées

63% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est française (% en nombre de nuitées)

BASSIN PARISIEN

21ème Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris

Dates: 17 – 19 septembre 2021

(annulation en raison de la crise sanitaire – report en septembre 2022)

Partenariat : ADT82, CDT32 et CDT47

Présidence du Tarn-et-Garonne.

> Stand producteur : réservé aux producteurs engagés dans des labels/démarches qualité



ACTIONS DE SUBSTITUTION DANS LE CADRE DU REGROUPEMENT DES 3 CDT/ADT

Gers, Lot-et-Garonne, Tarn-et-Garonne

Afin de cibler de potentiels prospects issus de ce même bassin de clientèles, nous envisageons :

- > **Création d'une collection de vidéos promotionnelles valorisant les 3 destinations** (été 2021);
- > **Diffusion de ces vidéos sur les réseaux sociaux, YouTube etc... en plusieurs vagues** (septembre 2021);
- **1 Campagne TV sur France 3 Ile de France** (septembre 2021, soit 21 jours consécutifs / 30 spots diffusés, pour une audience de 2 623 484 personnes);
- > **Accueil d'un blogueur influent afin de découvrir nos 3 départements** (à programmer).



PLAN D' ACTIONS
TREMPLIN
AVEC LE CRTL
OCCITANIE

Au-delà du plan d'actions 2021 proposé dans le cadre du regroupement G4 (CDT Gers, CDT Haute-Garonne, CDT Tarn et ADT Tarn-et-Garonne), le CRTL Occitanie s'est engagé à nos côtés pour financer un plan d'actions complémentaires valorisant nos quatre destinations tant en France qu'à l'étranger.

Une stratégie opérationnelle a été mise en place par le G4 et a été validée par le CRTL Occitanie.

Elle a pour objectifs de :

- **Densifier la visibilité de nos 4 destinations de Campagne au cœur de la région Occitanie / travail sur l'image et la notoriété ;**

- **Générer du trafic sur une « Landing Page » dédiée aux 4 départements de la « Destination Campagne / Sud-Ouest Occitanie », avec redirection vers les sites des CDT/ADT.
URL dédiée : www.sudouest.occitanie.com**

- **Développer la conversion tant au niveau du recrutement de prospects** (mise en place de jeux avec formulaire opt'in afin de constituer une base de données commune GRC), **que de la vente de séjours « Slow Tourisme / Tourisme Durable »** (mise en avant de 4 séjours thématiques avec VEL).

CIBLES DE CLIENTELES en France et à l'International

Le plan d'actions ainsi structuré valorisera des bassins français et des pays émetteurs de clientèles identifiés comme incontournables pour les quatre départements du regroupement G4.

Pour la France, les bassins ciblés sont les suivants :

- Bassin Parisien : Paris / Ile de France
- Bassin Ouest : Nantes et Rennes
- Bassin Rhodanien : Lyon / Grand Rhône
- Bassin Sud-Est : Marseille / PACA
- Bassin Sud-Ouest : Bordeaux / Nouvelle Aquitaine
- Bassin de proximité : Montpellier / Ex. Languedoc-Roussillon

Pour l'étranger, les pays européens ciblés sont les suivants :

- Grande-Bretagne
- Belgique
- Espagne
- Pays-Bas



Marché France / cible : Grand Public

BASSINS CONCERNES : PARISIEN, RHODANIEN / PACA / LANGUEDOC-R

Dispositif : 4 campagnes de communication TV nous permettrons de diffuser sur les 4 antennes régionales de France 3 ainsi que 4 campagnes numériques sur la plateforme replay de France TV, une vidéo promotionnelle présentant les 4 destinations Gers, Haute-Garonne, Tarn et Tarn-et-Garonne. Dates de diffusion : courant mai 2021 ou début juin.

- 1 Campagne TV sur France 3 Ile de France du 10 au 30 mai, soit 21 jours consécutifs / 30 spots diffusés, pour une audience de 2 623 484 personnes.
- 3 Campagnes TV ciblées sur les autres régions, du 10 au 23 mai / 24 spots diffusés, pour une audience de 2 039 537 personnes sur Languedoc-Roussillon, 1 908 990 personnes sur Rhône-Alpes et 1 476 586 personnes sur PACA
- 1 Campagne digitale sur la plateforme de France TV avec diffusion de notre Préröll (vidéo) de manière géolocalisée sur le bassin parisien avant tout visionnage de replay et sur une sélection d'émissions, séries, films... Impressions estimées : 88 270 impressions.
- 3 Campagnes digitales sur la plateforme de France TV avec diffusion de notre Préröll (vidéo) de manière géolocalisée sur les autres bassins avant tout visionnage de replay et sur une sélection d'émissions... Impressions estimées : 92 590 impressions pour chaque région.



UNE CAMPAGNE D'ENVERGURE : AUDIENCES CIBLEES

Ces 4 opérations promotionnelles TV nous ont permis de cibler une audience de plus de 8 048 597 personnes.

101 spots diffusés.

En complément, les 4 opérations digitales sur la plateforme de France TV nous permettrons de cibler une audience de plus de 366 040 personnes supplémentaires.

Marché France / cible : Grand Public

BASSIN OUEST (Nantes et Rennes)

Dispositif :

- **Création d'un Tiré à part de 12 pages dans le journal OUEST FRANCE**, afin de valoriser les quatre destinations touristiques du regroupement G4.

Diffusion sur les agglomérations de Rennes et de Nantes.

Distribution : **92 788 exemplaires**. Parution : début juin.

- **Création d'une campagne vidéo** sur le site d'information du journal OUEST FRANCE, et diffusion de la vidéo promotionnelle G4 créée pour les besoins de nos campagnes publicitaires sur France TV.

Audiences: **300 000 impressions** avec un taux de clic de 0.29% sur les agglomérations de Rennes et de Nantes. Diffusion du 14 au 20 juin.



OUTILS SPECIFIQUES POUR NOS CAMPAGNES DE COMMUNICATION

- **Création d'une vidéo (spécial G4) de 15"** pour nos multiples besoins en communication (campagne TV, replay France TV, actions digitales et réseaux sociaux...).

- **Création d'une page « vitrine » réservée à nos 4 destinations touristiques sur le site du CRTL avec URL dédiée.** Celle-ci renverra les internautes et touristes potentiels sur une page web unique qui redirigera les flux vers chacun des sites du regroupement G4.

Marché Europe : ESPAGNE / cible : Grand Public

Dispositif : la campagne de communication envisagée cible les principaux bassins émetteurs de clientèle espagnole, considérés comme des bassins de proximité : Pays-Basque, Navarre et Catalogne. Elle s'appuie sur des publi-rédactionnels diffusés dans les médias régionaux les plus importants.

NAVARRE

- **1 article de 12 pages dans El Diario de Navarra**, journal le plus important en Navarre. L'article s'ouvre sur une page commune "Occitanie" puis d'une double page pour chaque département. Une double page centrale mettra en avant des séjours, un pour chaque département (166 000 lecteurs).

Sortie : vendredi 28 mai (début du Salon Navartur).

CATALOGNE

- **1 article de 4 pages dans le magazine Viajar**, il s'agit du 500^{ème} numéro. Il s'agit donc d'une édition spéciale améliorée en contenu rédactionnel (283 000 lecteurs potentiels).

Sortie : 22 avril

- **1 article de 2 pages dans le supplément de voyages "Destinos" du quotidien El Periodico de Catalunya**, (248 000 lecteurs potentiels).

Sortie : 24 juin

A l'instar des précédentes années, nous poursuivrons en 2021 nos actions de séduction en direction des clientèles basques espagnoles.

PAYS-BASQUE

- **1 article de 10 pages en couleur dans le magazine Escapadas**, (supplément voyage encarté dans **El Diario Vasco**, l'un des principaux quotidiens basque).

L'article s'ouvre sur une double page commune "Occitanie", puis une double page pour chaque département.

Tirage : 60 100 exemplaires.

Lecteurs : 237 000.

Sortie : 26 mars 2021 (avant la Semaine Sainte).

Marché Europe : PAYS-BAS / cible : Grand Public

Dispositif : campagne multi-supports en juin-juillet mais exclusivement digitale avec l'ANWB. Des millions de néerlandais font le choix de partir en vacances en camping grâce aux campagnes marketing et early booking proposées par l'ANWB. Depuis plus de 85 ans, l'ANWB est LA référence aux Pays Bas en matière d'organisation de voyages, réservation de séjours, accessoires de campings, cartes, guides touristiques, l'assistance et l'assurance voyage de ses membres.

- **Article en ligne commun** pour les 4 destinations selon un thème sur anwb.nl/kamperen (inspirational) avec un lien vers la page dédiée dans anwbcamping.nl
- **Spécial Région Listerpage** sur anwbcamping.nl incluant les 4 destinations
- **2 Newsletters « Kamperen »** : ciblage de 88.000 membres de l'ANWB (profilage : camping).

1er envoi (date à définir en fonction des disponibilités et choix stratégique) : lien vers l'article commun des 4 destinations dans anwb.nl/kamperen

2ème envoi avec un lien vers la « listerpage » commune sur anwbcamping.nl

Facebook (organique) article avec un lien vers l'article sur anwb.nl/kamperen

Facebook ads avec un lien vers ANWBcamping.nl

Google AdWords : promotion de la page dédiée aux 4 départements sur anwb.nl/kamperen

Bannière sur ANWBcamping.nl durant 2 mois (juin et juillet) sur la page anwbcamping.nl/frankrijk



Marché Europe : BELGIQUE / cible : Grand Public

Dispositif prévu sur juin-juillet :

- 1 Série de 5 articles web dans le Journal de l'Evasion.be (rédactionnels en plusieurs épisodes), complétée par une promotion dans la newsletter du support et opération de sponsoring sur les Réseaux Sociaux.
- 1 article dans les 5 quotidiens du groupe Sud Presse, avec mise en place d'un jeu-concours avec 1 séjour à offrir par département (700 000 lecteurs)
- 1 valorisation sur la TV publique « La Une », dans l'émission matinale « Le 6/8 » avec jeu-concours - matinale la plus regardée en Belgique francophone (1 séjour à offrir) + diffusion sur le compte Facebook (+ 32 000 abonnés)
- 1 Semaine d'émissions sur Radio Vivacité, dans l'émission « La Grande Evasion » (2h), avec concours (5 x 2h, du lundi au vendredi)



Marché Europe : GRANDE-BRETAGNE cible : Grand Public

Un plan d'actions spécifiques au marché anglais est en cours de négociation auprès de médias et influenceurs disposant d'une belle notoriété. Le dispositif envisagé valorisera les 4 destinations sur des supports essentiellement numériques.





Merci
de votre attention !