

Agence de Développement Touristique



PYRÉNÉES MÉDITERRANÉE EN PAYS CATALAN



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020

PYRÉNÉES MÉDITERRANÉE EN PAYS CATALAN

Agence de Développement Touristique des Pyrénées-Orientales

2, boulevard des Pyrénées - CS 80540 - F - 66005 Perpignan Cedex - Tél. +33 (0)4 68 51 52 53 - info@adt66.com

pro-tourismeadt66.com - tourisme-pyreneesorientales.com - visitpo.fr -    #visitpo



SOMMAIRE

DIRECTION.....	4
OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE.....	7
QUALIFICATION ET STRUCTURATION DE L'OFFRE.....	10
LABELLISATION.....	13
MARKETING.....	16
RELATIONS PRESSE	25
COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT	35
PRODUCTION MULTIMÉDIA.....	75

DIRECTION

DIRECTION

GOVERNANCE ADT

- **Bureau -14/01/20**

- Approbation du compte rendu de la réunion de Bureau du 15/01/19
- Réorganisation des services de l'ADT

- **Bureau - 14/04/20 élargi aux membres du CA**

- Partage sur situation de la filière touristique. Quels retours des acteurs ?
- Points sur les aides économiques.
- Information sur les études en cours, en particulier l'enquête CRT/ADT
- Quelles premières tendances de mise en œuvre d'actions pour la sortie de crise ?

- **Bureau - 29/04/20 - élargi aux membres du CA**

Elaboration du plan d'action et budget 2020 "réorientés covid"

- **Conseil d'Administration - 09/06/20**

1. Approbation par les membres du CA de la tenue exceptionnelle de la réunion en visio-conférence dans le cadre de la crise sanitaire Covid-19
2. Approbation du compte-rendu du Conseil d'Administration du 12/11/19
3. Rapport d'activité 2019
4. Présentation et arrêté des comptes de l'exercice 2019
5. Proposition de nouvelles d'adhésion à l'ADT
6. Convocation de l'Assemblée Générale Ordinaire annuelle 2020
7. Plan d'action et budget 2020 « réorientés covid »

- **Assemblée générale ordinaire - 24/06/20**

*Approbation par les membres de l'AG de la tenue exceptionnelle de la réunion en visio-conférence dans le cadre de la crise sanitaire Covid-19

1. Approbation des comptes rendus des Assemblées Générales
 - AGO du 25/06/19
 - AGO et AGE du 01/10/19
2. Rapport de gestion du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale
 - Approbation du rapport moral de la Présidente - Rapport d'activité 2019
 - Présentation des comptes de l'exercice 2019
3. Lecture du rapport général du Commissaire aux Comptes
4. Approbation des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2019
5. Quitus aux Administrateurs et au Trésorier
6. Proposition d'affectation du résultat de l'exercice
7. Lecture du rapport spécial sur les conventions visées à L. 612-5 du Code de Commerce et décision à cet égard
8. Approbation du budget prévisionnel 2020 Approbation du plan d'action 2020
9. Approbation plan d'action 2020 et réorientation plan de relance
10. Questions diverses
 - Présentation et approbation nouveaux adhérents approuvés en CA du 9 juin 2020
 - Questions diverses

- **Conseil d'Administration - 24/11/20**

1. Approbation par les membres du CA de la tenue exceptionnelle de la réunion en visio-conférence dans le cadre de la crise sanitaire Covid-19
2. Approbation du compte rendu de la réunion du Conseil d'Administration du 9 juin 2020 3- Plan d'action 2021
3. Proposition d'orientations budgétaires 2021
4. Cotisation 2021

5. Questions diverses
- Mise à jour du règlement des achats
 - Bilan opération communication/promotion Eté 2020

PRINCIPALES MISSIONS TRANVERSALES

- Un certain nombre d'actions ont été annulées suite à la crise sanitaire (assises régionales de la pleine nature, valorisation produits "Pays Catalan", travail qualification restaurants, offres innovantes tourisme durable, salon de l'agriculture, étude clientèles plongée, fête départementale du vélo)
- En plus de la participation aux actions du CRTL un plan d'action spécifique "covid" de 120 000 euros a été mis en œuvre. (Rubrique communication)
- Communication de la nouvelle marque de destination
- Participation à l'AMO littoral (CRT)
- Structuration de l'offre Pleine Nature avec les professionnels // PDESI
- Création d'une plateforme numérique d'échange pour les acteurs du tourisme
- Fonds Tourisme Occitanie // Région

SECRETARIAT DE DIRECTION – GESTION ADMINISTRATIVE – ACHATS/MARCHES – FORMATION RH

- Gestion du courrier et de l'agenda de la direction.
- Coordination ADT/Département - Coordination Direction/Chefs de service.
- Vie statutaire : préparation des Assemblées Générales et Conseil d'Administration, comptes rendus, déclarations Préfecture etc.
- Mise en concurrence des fournisseurs : 1 nouveau marché, 9 reconductions de marchés, 8 consultations (Actions Plans de Relance COVID), établissement du tableau récapitulatif des Accueils Presse.
- Gestion des formations des salariés : mise en place, suivi de l'enveloppe budgétaire, inscriptions : 9 formations, 13 salariés concernés, 154 heures.
- Mise à jour de fichiers divers.

ACCUEIL

- Gestion et Affranchissement du courrier ADT.
- **Accueil** physique et téléphonique des professionnels et institutionnels du Tourisme.
- **Traitement** des 851 demandes de documentation :
 - 170 demandes par mail, téléphone et courrier postal
 - 681 demandes via le site web et les pages Facebook
- **Gestion** des demandes de candidatures : 25 demandes en alternance, 13 demandes d'emplois, 16 demandes de stage
- Gestion du bordereau « Fêtes et Manifestations », soit plus de 4200 événements validés, présentés sur le site web de l'ADT et visibles sur les sites web des offices de tourisme.
- Apprentissage et formation des BTS Tourisme.
- Présence en opérations extérieures (Salon du multicoque, Festival « la Roue tourne », etc.).
- Préparation de commandes de documentation en nombre (professionnels).

LOGISTIQUE

- Gestion et suivi des stocks : fournitures, matériels (réapprovisionnement, inventaires...), suivi des fiches de prêts et contrôle retour matériel, opérations de promotion / presse, archives, réception des livraisons des éditions (local), diffusions des éditions ADT auprès des structures publiques et privées.

- Gestion et suivi commandes fournisseurs : définition des besoins et réapprovisionnement, devis pour matériel et fourniture, achats, récupération marchandises chez le fournisseur.
- Relations fournisseurs : enlèvement des colis, abonnements et consommation (autoroute - carburant), suivi véhicules, gestion et suivi parc photocopieurs et nettoyage des locaux.
- Relations avec les services du Département : demandes et suivis des interventions en lien avec les services (DLB - DSI - Gestion Patrimoine), sécurité des locaux, sinistres locaux.
- Gestion interne : Interactions avec tous les services de la structure. Gestion du parc informatique/téléphonie (renouvellement - pannes...), évènements et réceptions internes, gestion des besoins, en fournitures, inventaire stock, pilon pour le service comptabilité. Mise en place des modalités sanitaires liées au Covid-19.

COMPTABILITE - FINANCES - GESTION RH EN COURS

- Gestion de la paye en relation avec l'Expert-Comptable
- Contrôle du budget et suivi des modifications budgétaires
- Assurer la mise en œuvre des procédures liées à la gestion des ressources humaines (2 sorties et 2 entrées sur 2020)
- Suivi et contrôle de l'exécution des contrats et conventions
- Comptabilité générale de la structure
- Gestion des imputations analytiques pour la présentation sur les 4 pôles de l'ADT
- Coordonner les outils extracomptables pour la clôture d'exercice
- Assurer les relations avec le cabinet d'expert-comptable et celui du commissaire aux comptes
- Assurer les relations avec le cabinet d'avocats
- Assurer le suivi du planning
- Gestion des congés payés, la RTT, les tickets restaurants

OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE

OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE

LES CHIFFRES CLES

24.7 millions de nuitées

640.094 lits touristiques

4.2 millions de visiteurs par an

2.7 millions de touristes

1.5 millions d'excursionnistes

(93% de français, 7% d'étrangers, 96% viennent en voiture, 3% viennent en train, 1% viennent en avion)

7^{ème} département touristique français

7 stations de montagne

5 stations thermales

8 jours de durée moyenne de séjour

11000 emplois touristiques soit 8% de chômage

1 milliard € de consommation touristique

42,30 € de dépense moyenne par nuit et par touriste

10 stations balnéaires



- Partenariat avec l'INSEE, différentes institutions et différents cabinets d'étude qui participent à l'observation touristique départementale et intra-départementale afin de mettre à la disposition des acteurs publics et privés du tourisme, des données nécessaires à une meilleure connaissance de la demande et de l'offre.
- Communication et mises à jour des données via le site internet dédié à l'Observation Touristique (site Pro, <https://pro-tourismeadt66.com>). Selon Google, il est le premier site de France (tapez observatoire du tourisme / Prospective)
- Poursuite de la rubrique prospective avec plus de 66 études et analyses mises en ligne

- Poursuite de la diffusion des chroniques de l'observatoire du tourisme bi-mensuelles
- Dans la rubrique vélo, poursuite de la mise à jour de la partie liée au service observatoire
- Elaboration des chiffres clés du tourisme.
- Poursuite des enquêtes de conjoncture pour suivre le plus rapidement et le plus efficacement possible les tendances. Toutefois, un basculement a été fait courant été 2020 avec la mise en place d'un baromètre de conjoncture unique en France (bi-mensuelle) à partir des données Flux Vision. Elles sont traitées en partenariat avec le Bureau d'étude Éric Maurence. Elles rendent en partie caduques, les enquêtes de conjoncture classique.
- Interface avec la Région Occitanie pour la mise en place de dispositifs communs d'observation, en partenariat avec les treize autres départements selon les thématiques étudiées.
- Veille et prospective pour anticiper les mutations du secteur touristique à venir, participation à des colloques en lien le plus souvent avec ATOUT France et/ou la Région...De nombreuses visios durant cette année.
- Rôle de conseil envers les acteurs publics et privés du tourisme à la recherche d'éléments pertinents liés au développement des loisirs et du tourisme.

NOUVEAUTES 2021

- Amélioration de l'outil de suivi de la fréquentation des sites de loisirs du département à travers un questionnement sur internet (+ 250 sites concernés) mesurant la fréquentation de ces derniers. Ces données sont disponibles sur le site pro de l'Observatoire.
- Automatisation de notre baromètre de conjoncture touristique unique en France ainsi que nos bulletins sur nos 6 infra-zones départementales. La grande distribution, les banques et les sociétés de conseil nous le réclament de plus en plus.
- Etude quantitative sur le périmètre montagne (Source F Marchand).
- Projet de mise en place d'une étude liée à la dépense touristique.

QUALIFICATION ET STRUCTURATION DE L'OFFRE

QUALIFICATION, STRUCTURATION DE L'OFFRE ET SYSTEME D'INFORMATION TOURISTIQUE

Développer et qualifier l'offre touristique, professionnaliser les acteurs, animer les réseaux de professionnels autour du développement et de l'animation de filières de qualité et de la qualité des données touristiques.

MARQUE QUALITE TOURISME ET QUALITE TOURISME OCCITANIE SUD DE FRANCE



- Dans le cadre de la convention Région / Département, l'ADT a été déléguée pour porter l'action de sensibilisation des professionnels.
- 208 labellisés Qualité Tourisme Occitanie Sud de France dans les Pyrénées-Orientales fin 2019.
- Participation de l'ADT aux commissions régionales de labellisation, suivi des évolutions du label et de la réorganisation régionale.
- Valorisation du label sur les éditions et le web de l'ADT, les Offices de Tourisme indépendants, communautaires ou intercommunautaires et des territoires.
- Objectif d'augmentation du nombre de labellisés en lien avec les OTI et OT impliqués dans le développement de la marque.
- Mise en place d'une rubrique spécifique sur le site pro de l'ADT : informations et suivi de la marque
- Sensibilisation spécifique par filière, suivi des labellisés.
- Présence en sensibilisation OT du Boulou réunion annuelle des socio-professionnels (Dec 2020)

QUALIFICATION VELO

- Travail collaboratif avec le Département sur le développement du tourisme à vélo (Schéma cyclable départemental) et les itinéraires VTT (PDIPR), suivi de la structuration touristique de la V81.
- Qualification des professionnels de la filière vélo (réparateurs, accompagnateurs, loueurs) en lien avec les Offices de Tourisme indépendants, communautaires ou intercommunautaires.
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte « vélo », édition 2020/2021.
- Mise en place d'une rubrique spécifique sur le site pro de l'ADT « Regards sur » Vélo sur les thématiques de l'organisation, structuration territoriale ; et professionnels et services.

QUALIFICATION RANDONNEE PEDESTRE

- Travail collaboratif avec le Département pour la mise en valeur des itinéraires pédestres (PDIPR), les EPCI et les offices de tourisme.
- Qualification des professionnels de la randonnée
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte « rando », édition 2020/2021.

QUALIFICATION PATRIMOINE

- Travail collaboratif avec le Département sur le suivi qualitatif et mise à jour des informations pour les sites du Pass Patrimoine 66.
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte Touristique, édition 2020/2021.

SUIVI DES CLASSEMENTS DES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES ET DES MEUBLES DE TOURISME

- Suivi d'une rubrique spécifique « classements » sur le site pro de l'ADT sur les classements.
- Mise à jour des informations sur les classements nationaux (Atout France) des hébergements touristiques (hôtels, campings, résidences de tourisme, villages de vacances). Sensibilisation et information sur les retraits classements des établissements auprès des têtes de réseaux. Informations aux offices de tourisme.
- Suivi du classement des meublés de tourisme, lien avec les organismes de classement, suivi de la base nationale, mise à jour et informations sur la base de données touristique en lien avec les offices de tourisme

STRUCTURATION, QUALIFICATION DE LA BASE DE DONNEES INFORMATISEE (SITI66*)

- Conventions entre l'ADT et les contributeurs et/ou utilisateurs de la base de données départementale.
- Suivi de la base de données qualification et travail d'harmonisation de la base de données
- Mise en place de formations pour les utilisateurs du réseau
- Organisation d'une présentation de l'outil base de données par le directeur de la société Faire Savoir auprès de tous les utilisateurs (oct. 2020)
- Organisation d'une présentation Datatourisme au réseau départemental par ADN Tourisme
- Travaux avec le CRT sur la qualité de la donnée

MAINTENANCE, ASSISTANCE TECHNIQUE DU SYSTEME D'INFORMATION TOURISTIQUE (SITI66*)

- Maintenance et assistance technique auprès des structures adhérentes au SITI (53 structures représentant 310 utilisateurs – 267 permanents et 43 stagiaires, saisonniers..)
- Hotline.
- Aide technique à l'alimentation des sites web des structures : suivi des alimentations web entre la base de données et les sites, actions correctives (+ de 60 sites alimentés)
- Alimentation de nouveaux sites internet avec les données de la base de données (Train Rouge du Pays Cathares et du Fenouillèdes)
- Alimentation avec la base de données de progiciel de taxe de séjour (Aspres-Thuir)
- Alimentation du site régional (CRT Occitanie)
- Intégration des données des hébergements labellisés Gites de France et Clévacances via des passerelles
- Partenariat Datatourisme (base nationale de collecte des données touristiques).

DEVELOPPEMENT DU SYSTEME D'INFORMATION TOURISTIQUE (SITI*)

- Mise en place de nouveaux modules notamment dans le cadre d'actions d'e marketing (sms, e-brochures, webmarketing, marketing automation) et de collecte de données directes via les professionnels (VIT)

*Le Système d'Information Touristique (SITI) est une base de données touristique qui repose sur la mise en commun de moyens et une gestion collaborative de l'information touristique. Le système repose sur réseau composé de différents contributeurs (offices de tourisme, CCI, fédération tourisme de terroir...).

Les données collectées composent l'offre touristique qui peut être diffusée dans différents environnements : à l'accueil des offices de tourisme, sur des salons... et sur différents supports : sites Internet, services mobiles, mailing et e-mailing, newsletters, brochures et autres supports papiers de type flyers...).

En 2020, la base de données des Pyrénées-Orientales réunissait 25 511 offres touristiques.

21 289 offres de type hébergements (aires de camping-cars, hébergements collectifs, hébergements locatifs hôtels, campings résidences de tourisme, villages de vacances), restauration, patrimoine naturel et culturel, équipements de loisirs, itinéraires touristiques (pédestre, équestre, vélo..), prestataires d'activités, producteurs de terroir, agences immobilières, offices de tourisme, commerces et services.

4222 fêtes et manifestations (contre plus de 7000 en 2019).



LABELLISATION

LABELLISATION

MARQUE TOURISME ET HANDICAP

2020 : année 1 de la nouvelle gouvernance de l'ADT Hérault Tourisme pour la Commission Interdépartementale Est Occitanie « Tourisme et Handicap » qui réunit les 5 départements de l'ex Région Languedoc-Roussillon. Durant cette année, 4 commissions ont eu lieu (une en présentiel et les 3 autres en distanciel).



Le bilan pour l'année 2020 pour les Pyrénées-Orientales est de 16 dossiers validés en Commission dont 2 nouveaux dossiers. Au-delà de l'examen des dossiers de demande de labellisation, des réflexions/échanges ont eu lieu sur des problématiques identifiées nécessitant une réflexion collective : optimisations des boucles magnétiques dans les sites patrimoniaux, valorisation de l'offre repérée accessible, difficultés de labellisation des caveaux viticoles acteurs de l'oenotourisme, des trains touristiques (pas de grille officielle) et difficultés liées à l'outil de gestion de la marque nationale GMTH,

En début d'année, les visites de labellisation ont repris mais ont cessé en Mars pour reprendre de Juin à Octobre 2020. Quelques 10 visites ont pu être faites sur 3 mois : 8 en maintien de labellisation et 2 nouvelles visites



Ferme Cal Mateu
Sainte Léocadie



Gîte L'Alzine
Tarerach



Cloître de St Génis des Fontaines
St Génis des Fontaines



Crêperie de la Colline
Canet en Roussillon

La période de télétravail a permis :

- Le remaniement complet de la brochure départementale Tourisme & Handicap (rédactionnel et descriptifs plus complets)
- Le remaniement du dépliant Tourisme & Handicap en vue de nouvelles demandes
- Un travail affiné de mise à jour des sites/structures marqués au niveau national
- La relance des prestataires en vue de visite de reconduction de marque ainsi qu'un aspect social important avec accompagnement des prestataires par voie téléphonique
- Un accompagnement étroit des Offices de Tourisme et des Bureaux d'Informations Touristiques dans la création de leur guide d'accessibilité (relectures, corrections...)

AUTRES ACTIONS :

- Participation de l'ADT à l'Assemblée Générale de l'Association Nataph dans les locaux de l'APF,
- Participation à la bourse d'échange sur le territoire de Pyrénées-Méditerranée
- Participation à différentes formations et à différents webinaires dont un mené par la DGE sur une étude sur les retombées économiques de la mise aux normes d'accessibilité pour les ERP 5^{ème} catégorie



ACCUEIL VELO

Comme pour Tourisme & Handicap, le début d'année a connu une forte demande de labellisations, ainsi qu'avant la saison touristique jusqu'en Octobre. Une trentaine de visites pour la « marque Accueil Vélo » ont pu être effectuées sur des hébergements (meublés ou chambres d'hôtes, hôtels et restaurants, campings), de sites de visite, de loueurs et réparateur de vélos, d'Offices de Tourisme ou Bureaux d'Informations Touristiques.

Fin 2020, quelques 39 établissements ont obtenu la marque « Accueil Vélo » sur les 2 principaux itinéraires cyclables : l'Euro Vélo 8 (La Méditerranée à Vélo) et Pirinexus ; ce qui porte à 75 le nombre de prestataires marqués Accueil Vélo fin 2020



Hôtel Les Flamants Roses
Canet en Roussillon



Sea Bike & Sun
Canet en Roussillon



Cloître St Génis des Fontaines
Saint Génis des Fontaines



Castell de Blés 4*
Saint Génis des Fontaines



OTI Vallespir
Cèret

AUTRES ACTIONS :

En début d'année, participation à des réunions avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs en Occitanie sur la conception de produits autour de l'Euro Vélo 8.

Pendant la période de confinement, arrêt de visites, des actions ont pu être menées en télétravail, comme :

- Travail de mise à jour des informations Accueil Vélo sur le Siti en vue d'une meilleure remontée sur le site national de France Vélo Tourisme
- Travail de communication vers les loueurs et réparateurs de vélos marqués « Accueil Vélo » en lien avec France Vélo Tourisme et la SNCF : <https://www.sncf.com/fr/offres-voyageurs/avant-apres-la-gare/offre-velo/louez-un-velo>
- Travail de valorisation de l'offre vélo à destination des prestataires marqués « Accueil Vélo » avec La Méditerranée à vélo et France Vélo Tourisme par le biais d'une fiche pratique « Comment améliorer sa communication web à destination de sa clientèle vélo » et d'un guide IFrame, module web accueil Vélo afin de valoriser la section de l'itinéraire vélo sur laquelle se situe l'établissement.
- Travail de mise à jour du contenu touristique du site web www.lamediterraneeavelo.com
- Participation de l'ADT des PO au 3^{ème} rendez-vous des Sociaux Professionnels sur le territoire de Perpignan Méditerranée Métropole avec la coordination de la Méditerranée à Vélo (politique touristique vélo du territoire, présentation de la marque « Accueil vélo », présentation du projet la Méditerranée à Vélo, focus sur l'enquête bilan de fin de saison 2020 et échanges avec les sociaux professionnels.
- Participation sur différents webinaires sur le vélo et la mobilité douce.

MARKETING

MARKETING

ANIMATION ET SUIVI DES QUATRE THEMATIQUES FORTES ET DES FILIERES PRIORITAIRES



THEMATIQUES :

- Activités de Pleine Nature Speed – Axes prioritaires : vélo, rando, glisse
- Activités de Pleine Nature Slow – Axes prioritaires : rando, vélo, APN
- Culture, Patrimoine, Catalanité
- Agrotourisme, Oenotourisme, Gastronomie : travail en partenariat avec la Fédération Tourisme de Terroir (et label Vignobles et Découvertes)

FILIERES :

- Plongée
- Croisière
- Tourisme d’Affaires
- Tourisme Industriel

DOSSIERS DE FOND :

- Tourisme Durable : adhésion à l’association « Acteurs du Tourisme Durable »: mise en place et animation de la page de présentation de l’ADT sur le site web de ATD
- Comité Régional du Tourisme : participation aux réunions dans le cadre de la définition de la stratégie Marketing et élaboration du plan d’actions. Participation aux réunions des commissions thématiques, filières et clubs. Participation aux webinaires crise COVID.
- Fédération Tourisme de Terroir : suivi et accompagnement de la Fédération. Participation aux différentes réunions, partage et relais d’information via le net, les réseaux sociaux et les salons (diffusion de la carte, diffusion du guide Petit Futé, mise en ligne du programme “Fascinant week-end” et via le salon nautique de Canet...)
- Suivi des GSO départementaux : participation à diverses réunions
- Suivi du CDESI : participation aux différents COPIL de la CDESI (Commission Départementale des Espaces Sites et Itinéraires) qui rassemble différents acteurs et usagers des espaces naturels et porte l’ambition de créer une dynamique collective autour d’objectifs de promotion d’une pratique sportive durable et respectueuse des espaces naturels

- **APPEL A PROJET TOURISME DURABLE SOLIDAIRE ET INNOVANT 2021/2023**

Contribution à l'appel à projets lancé par le Département

- **Euro Vélo 8 - La Méditerranée à vélo** : réunions, travail stratégie Marketing et conception d'itinéraires (coordination avec les OTI/OT partenaires), relecture et coordination partenaires guide "La Méd à vélo" Ouest France, coordination et relecture dossier de presse, participation aux réunions de co-pilotage
- **EPIREMED** : projet POCTEFA tourisme durable transfrontalier. Partenariat avec les acteurs départementaux (ADE, CCI, Communautés de Communes, OTI etc.). Envoi questionnaires aux professionnels du département pour adhésion à la démarche (en complément des OTI). Travail sur l'élaboration de routes transfrontalières commercialisables, sur le plan d'actions Marketing/Communication
- **CARTE AMBASSADEURS** : partenariat CD
Amorce du dossier : benchmark autres destinations, réflexions sur format

PARTENARIATS CRTL :

- ✓ **Participation à la mise en place de la GRC partagée**

- ✓ **Tourisme Durable** : le CRT a engagé début 2020 une réflexion sur le sujet du tourisme durable et responsable. Cette réflexion s'est organisée en trois temps : **1 : enquêtes - janvier / mai** (poids de l'activité Touristique et perception de l'activité touristique par les habitants de la Région), **2 : une réunion par département** afin d'échanger sur le terrain avec les principaux acteurs concernés (Février/mars) : invitation commune CRT/ADT des acteurs institutionnels et professionnels « Tourisme » « Economiques » et « Environnement » des PO, (plus de 30 acteurs présents), organisation logistique et animation de la réunion, **3 : rédaction d'une stratégie et d'un plan partagés** et assises régionales (Juin pendant la semaine du tourisme durable)

- ✓ **Filière APN :**

- Contribution à l'enquête du CRT menée auprès des ADT/CDT afin de mieux cerner l'offre APN & Itinérances, les priorités et les attentes vis-à-vis du CRT.
- Cartes Décathlon APN (cf paragraphe "Plan de relance")
- Création des clubs Trail et Mer active : contribution au listing des acteurs des PO susceptibles d'être intéressés par ces clubs « trail » et « mer active ». Partage de photos permettant d'illustrer les plaquettes de présentation de ces clubs

- ✓ **Filière oeno** : réunions de concertation travail sur stratégie régionale oenotouristique

- ✓ **WEBINAIRES TOURMAG PRINTEMPS/ETE 2020**

Dans le cadre du dispositif TOURMAG #PartezEnFrance, le CRT Occitanie a réalisé 4 webinars auprès d'agences nationales. Ces présentations avaient pour objectif de former des agences à vendre l'Occitanie par tous ses aspects. L'ADT était présente sur 2 d'entre-eux pour présenter le littoral et la Montagne.



- ✓ REDACTION ARTICLES newsletter adressée aux professionnels du voyage
- ✓ Transmission et mise à jour de fichiers de pros pour : recrutements opérations salons, carte Occ'ygène...

DIGITAL :

- Contributions aux articles blog
- Alimentation du site pro, partie « filières Affaires »

ORGANISATION D'OPERATIONS :

Jusqu'au 17 mars 2020, le service Marketing a mis en place le plan d'actions « Marketing Opérationnel » et a participé ou organisé des opérations auprès des professionnels et du grand public (salons ou rencontres professionnelles) pour faire connaître et mettre en marché l'offre touristique de son territoire en France et à l'étranger. Avec la crise sanitaire et le confinement, certains salons ont été annulés. Cependant, l'ADT a continué à fédérer, stimuler, animer l'ensemble des acteurs du secteur, par des échanges, en mutualisant les moyens et en proposant des actions communes fortes.

SALON INTERNATIONAL DE LA PLONGEE SOUS-MARINE, PARIS : 10 - 13 JANVIER 2020 : Rendez-vous incontournable de la plongée sous-marine, le plus grand rassemblement de plongeurs en France

L'ADT a financé et organisé un espace « Pyrénées Méditerranée en Pays Catalan » de 12 m². L'OTI Pyrénées-Méditerranée, les centres de plongée Paradis des bulles, C.A.P. à Port-Vendres, Plongée Cap Cerbère étaient présents à ses côtés. Une progression constante du nombre de visiteurs et exposants, même si les grèves ont eu un léger impact, plus de 63 000 entrées, 512 stands. L'édition 2020 aura été émaillée par les grèves mais malgré tout la fréquentation du samedi était optimale.



SALON LEONARD, BELGIQUE : 11-12 JANVIER 2020

C'est afin d'optimiser les ventes de 2 circuits groupe programmés dans les Pyrénées - Orientales par l'autocariste Belge Léonard (leader sur son marché avec ses 8000 prospects) que l'ADT s'est rendu, en partenariat avec le CRT, sur le salon organisé par ce dernier. A cette occasion, et aux côtés de l'Office du Tourisme Communautaire Perpignan Méditerranée, l'ADT a pu présenter aux futurs acheteurs le nouveau circuit mis en brochure suite à ses préconisations, programmant Salses, Le Barcarès, le Domaine de Rombeau, l'hôtel des Vignes à Rivesaltes, le Train Rouge, et Perpignan.

Les stations de Banyuls, Collioure ainsi que l'hôtel Mar i Cel à Canet, initialement programmés dans un premier circuit ont également été mis à l'honneur lors de cette opération.



FESTIVAL « LA ROUE TOURNE » Roque sur Garonne 1er février 2020

1ère participation de l'ADT des PO à ce festival consacré au tourisme à vélo : distribution de documentation touristique avec une majorité de cartes vélo départementales, nombreux contacts plutôt ciblés sur l'itinérance, public famille et sportifs de Toulouse et sa périphérie.

SALON DE L'AGRICULTURE PARIS, 26 février 2020

Partenariat Chambre d'Agriculture, Conseil Départemental, CIVR, ADT. Préparation conjointe de l'opération, mise à disposition de documents et de la vidéo destination

SALON DU RANDONNEUR, LYON, 20 au 22 mars 2020

Espace P.O coordonné par ADT - ANNULE COVID

WORKSHOP RENDEZ-VOUS EN FRANCE, NANTES, 24 et 25 mars 2020

ANNULE COVID

SALON NATUR@VENTURE, MONTPELLIER, 13 au 15 mars 2020

ANNULE COVID

FESTIVAL NATURAL GAMES, MILLAU, 25 au 27 juin 2020

ANNULE COVID

FESTIVAL WHAT A TRIP, MONTPELLIER, 24 au 27 septembre 2020

ANNULE COVID

PRETOUR ET WORKSHOP DESTINATION INCENTIVE 10-12-13 OCTOBRE 2020

Malgré le contexte sanitaire, le workshop Destination Incentive, opération phare en faveur de la filière affaires, a été maintenu.

150 acheteurs ont pu rencontrer les prestataires MICE d'Occitanie.

Le workshop fut précédé d'un pretour permettant à 8 agences événementielles de découvrir les Pyrénées-Orientales.



SALON DES OCCASIONS DU MULTICOQUE CANET DU 15 AU 18 OCTOBRE 2020

Véritable vitrine pour le multicoque d'occasion. Dans un contexte sanitaire particulièrement délicat, la 5^{ème} édition des Occasions du Multicoque a réussi à se tenir, et c'est un succès largement mérité.

2020 : La quasi-totalité des salons nautiques programmés cet automne ont été annulés, celui de Canet est donc la seule opportunité pour les professionnels du secteur d'exposer.

Partenaires présents sur l'espace ADT (16 m²) : Château des Hospices, Canet, Domaine Vaquer, Tresserre.



PLAN DE RELANCE crise COVID

- ✓ **Campagne restaurateurs** : promotion de la gastronomie locale Création de vidéos pour les établissements qui l'ont souhaité (questionnaire restaurateurs adressé via l'UMIH et Les Toques blanches du Roussillon), pour mise en avant des vidéos sur le site web de l'ADT et pour illustrer une campagne spécifique Gastronomie "Social Media" (Facebook et Instagram)
- ✓ **Cartes Décathlon** : avec le concours des ADT et des Fédérations sportives régionales, le CRT a réalisé une série de 4 cartes dédiées aux Activités de Pleine Nature. Deux cartes sont consacrées aux circuits et itinérances à vélo et aux itinéraires VTT et deux cartes valorisent les balades et randonnées pédestres ainsi que les parcours de canoë-kayak et d'activités en eaux vives. Une future carte dédiée aux bases de loisirs nautiques viendra prochainement compléter cette collection. Diffusées principalement dans les 23 magasins régionaux du groupe Décathlon.

Actions de l'ADT : sélection des sites et itinéraires figurant sur ces cartes, recherche des éléments techniques, photos, descriptifs, GPX etc en collaboration avec le CD et les partenaires institutionnels touristiques du département OTI/OT, Canigo Grand Site, Pays d'accueil Agly Verdoube et Pays Pyrénées Méditerranée, également avec le concours de la DDCS.

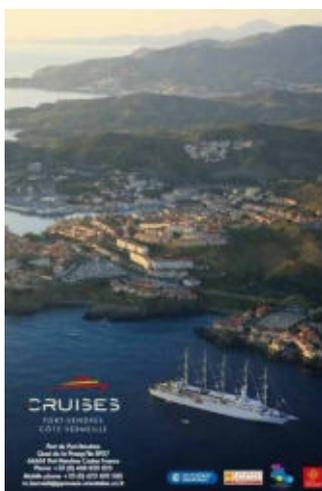
- ✓ **Carte Occ'ygène + n° Vert** : dans le cadre de la carte Occ'Ygène mise en place par le CRTL, transmission de fichiers de professionnels des P.O (en partenariat avec les Offices de Tourisme) pour « recrutement » des professionnels et travail sur une présentation du Département pour les téléconseillers du numéro vert dédié à cette carte.

FOCUS SUR

LA CROISIÈRE

Participation à la mise en place d'un club croisière et à l'élaboration de documents de communication et de promotion destinés aux agences maritimes et compagnies maritimes.

Le Port de Port-Vendres a adhéré au MedCruise, association permettant la promotion et la communication des ports de la Méditerranée.



LE TOURISME D'AFFAIRES

Animer le réseau et répondre aux attentes des acteurs pour :
 Optimiser la connaissance de l'offre : qualification de notre fichier
 Optimiser notre image à l'International : présence sur le salon Destination Incentive et éductour octobre 2020

Insertions dans les revues :

Décideurs – Dépêche du Midi – 35 000 Ex

Performance – 30 000 ex : insertion annonce affaires + dossier 10 pages Tourismed'Affaires en Pyrénées-Orientales



LE TOURISME D'AFFAIRES UNE DYNAMIQUE DÉPARTEMENTALE MAJEURE AVEC POUR AMBITION :

Génération d'une fièvre pour mieux répondre aux attentes des acteurs au travers de diverses actions :

- « L'intermédiation » ou la mise en relation des acheteurs avec les prestataires du département.
- La participation à des salons dédiés MICE
- L'organisation et l'accompagnement d'éductours dédiés aux prescripteurs du Tourisme d'Affaires.
- La création d'une **annonce dédiée « Affaires »** et son insertion dans différents magazines économiques régionaux.

Rétrospective des actions engagées



Site pro :

Travail sur le contenu de la page Affaires

Intermédiation :

Coordination et suivi de projets provenant de sociétés ou agences événementielles :

Séminaire Staps Toulousain/ 60 pers/février 2020 Séminaire La Poste/ 60 pers/ juin 2020

Séminaire agence Compagnie des Continents/ 450 pers/juin 2020 Séminaire agence Ekypage / 35 pers/ septembre 2020

Séminaire agence Concept Travel / 25 pers/ Mai 2021 Séminaire Agence Espace Innovation / 180 pax / nov 2020

En raison de la crise, peu de séminaires ont pu être concrétisés

Suivi des contacts des Rendez-vous France (opération annulée COVID) par mail

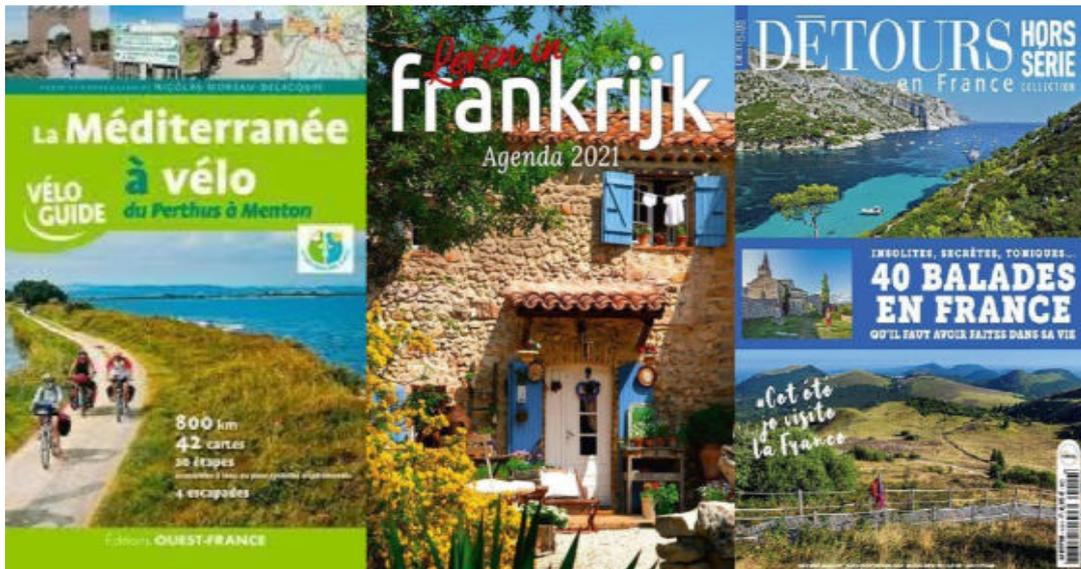
LE TOURISME INDUSTRIEL

Participation aux différentes réunion du COPIL de cette dynamique portée par l'Office du Tourisme inter-communal Aspres Thuir, dont l'objectif est de fédérer un réseau d'entreprises dont le dénominateur commun est d'avoir prospéré industriellement et architecturalement au début du 19 ème siècle, et le valoriser auprès des ambassadeurs que sont les habitants du département. Cémoi, Confiserie du Tech, Milles, Café Latour, Anchois Roque, Quinta ainsi que le Pays Pyrénées Méditerranée, portent donc un premier projet autour d'un événementiel susceptible de se dérouler sur Thuir, en 2022, dans la Villa Paloda.

RELATIONS PRESSE

RELATIONS PRESSE

L'activité presse en quelques mots



Quelles actions ?

Accueils in situ (reportages), workshops et rencontres presse, dossiers de presse et fiches techniques, conférences de presse

Pour quels objectifs ?

Autant d'actions qui permettent à notre destination de communiquer sur ses atouts, sur le marché français mais aussi sur les marchés étrangers. Elles visent à inciter les lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs à venir dans les P.O.

- ✓ En obtenant de nombreux contenus rédactionnels, dans la presse écrite ou sur lenet
- ✓ En apparaissant dans les magazines TV, ou en prenant la parole dans les émissions radios

Ces médias, qui sont-ils ?

En France et à l'étranger :

- ✓ Magazines nationaux et internationaux (distribués en kiosques)
- ✓ Webzines
- ✓ Presse régionale et locale
- ✓ Radios
- ✓ Magazines TV
- ✓ Guides touristiques
- ✓ Influenceurs (blogueurs)

De manière habituelle quels sont les sujets demandés par les médias ?

- Offre de loisirs (sites, musées) et activités de pleine nature (outdoor) : randonnées pédestres, à vélo, Vtt...
- Réserves naturelles, espaces naturels préservés, environnement
- Offre gastronomique et oenotouristique (spécialités culinaires découlant de l'offre agricole locale, vins et terroirs, accueils dans les domaines)
- Savoirs faire : artisanat traditionnel, agritourisme
- Hébergements de charme

Une année 2020 particulière pour les relations presse

EN NETTE HAUSSE, DES REPORTAGES (lorsqu'ils ont pu avoir lieu) SE PORTANT SUR L'OFFRE OUTDOOR, LES GRANDS ESPACES (espaces naturels préservés, réserves naturelles...) L'AGRITOURISME

Ont eu le vent en poupe, s'agissant des demandes d'informations et d'accueils in situ (lorsque ces derniers ont pu avoir lieu) ▼

- *Les offres outdoor*, tant sur le secteur des Pyrénées Catalanes que du littoral : les journalistes voulant insister, pour leurs lecteurs ou auditeurs, sur la possibilité de passer des vacances au cœur de grands espaces naturels
- *les hébergements en milieu rural* (chambres d'hôtes de charme, gîtes...), l'hôtellerie de plein air dans des environnements très arborés, grands emplacements
- « *L'agritourisme* » (randonnées commentées dans les vignes, visites de fromageries et autres produits du terroir...), les produits labellisés bio

DES ACCUEILS DE PRESSE ANNULÉS (MARCHES FRANÇAIS ET ÉTRANGERS) À CAUSE DE LA CRISE SANITAIRE (confinements, interdictions de déplacements...) ▼

Ces derniers sont tous reportés et programmés définitivement en 2021 : fin mai, juin et 1^{ère} quinzaine de juillet, septembre.

Workshops et Rencontres avec la presse

- 14 et 15 janvier : workshop **Deptour (Paris)** - le rdv annuel de la presse touristique avec les ADT) - 36 médias rencontrés (35 magazines et webzines et 1 radio nationale) :
Les demandes 2020 : thalasso, thermalisme, gastronomie, oenotourisme, patrimoine Unesco, Train Jaune, randonnées gastronomie et vins, outdoor (randos Canigó et montagnes, sentier du littoral, sports de glisse été/hiver, canyoning, treks...)
Nouveauté 2020 : une nette hausse de la demande pour les séjours thalasso et thermalisme

- 13 février : workshop **Médiatour Amsterdam** (Pays-Bas) - 15 médias rencontrés (presse écrite et leurs équivalents sur le web) et 7 influenceurs/blogueurs)
Des demandes traditionnelles : Train jaune, randos pédestres, art de vivre (gastronomie, vins, traditions, culture et patrimoine)

Spécificités 2020 : des néerlandais de plus en plus attentifs

- Aux questions environnementales
 - Aux productions « bio »
 - À la thématique de la randonnée pédestre, montagne/campagne (70% de la demande) ET mer
 - *Un accroissement de la demande pour des reportages sur les Vins Doux Naturels*
- Annulées cause restrictions déplacements Covid, le 19 mars : **Les rencontres Presse** organisées par France Montagne et prévues à Paris (avec la coordination de la Confédération Pyrénéenne du Tourisme (aujourd'hui Agence des Pyrénées)

Les accueils réalisés en 2020 (ou reportages in situ) ▼

Depuis toujours, les accueils de médias participent à la valorisation de l'identité de notre destination, pour fidéliser, voire conquérir de nouvelles clientèles touristiques

Les aides techniques aux journalistes, ainsi que les rencontres presse lors des workshops BtoB, constituent les piliers de l'activité du service des relations presse de l'ADT **qui les organise en collaboration avec les OTI et OTC, les OT et certains sites de visites**

Observation : Suite à la crise sanitaire, les mois de Mars, Avril, Mai et Juin ne sont pas pris en compte dans le calcul des moyennes des chiffres de diffusion (print) ci-dessous.

DETOURS EN FRANCE

(Reportage en juin et début juillet 2020)

Le leader des magazines consacré aux régions et départements français - diffusion nationale (print et web) : 125000 exemplaires, 734000 lecteurs et 537000 visiteurs uniques, 185000 followers

Un spécial Pyrénées-Orientales (60 pages) doit paraître courant juin 2021

MOTO MAGAZINE

(Reportage fin juin 2020)

Diffusion nationale (print et web) : 50 000 exemplaires (distribution en kiosques)

Parution été 2021 ▼

Hors-série Tourisme « les plus belles routes de France » (Font Romeu et la Cerdagne)

PYRENEES MAGAZINE

(Reportage fin juin 2020)

6 numéros, spécialisés sur les territoires pyrénéen sont publiés par an, ainsi que 5 numéros hors-série thématiques. Diffusion 50 000 ex.

6 pages parues fin oct 2020 « La Vallée des Garrotxes : la vallée oubliée »

MAGAZINES ▼

VOYAGES ET GROUPES / TENDANCE NOMADE / YOUNDER / ECHOTOURISTIQUE

(Reportage en juin et début juillet 2020)

Cible : professionnels du tourisme (distribution Agences de Voyages réceptives, TO,CE)

Parution été 2021

17 INFLUENCEURS « MONTAGNE » en meeting dans les Pyrénées-Catalanes (Cerdagne et Capcir)

(Meeting début octobre 2020)

Avec des retombées instantanées (live) : posts sur les Bouillouses, le Carlit, les stations des Pyrénées Catalanes <https://urlz.fr/fzxi>

➤ Allemagne

Pour les magazines ▼

RUTE & ROLLE + FISH & FLY (2 x mensuels 50 000 ex – diffusions nationales)

Pour le Blog www.meinfrankreich.com

(Reportage in situ en juin 2020)

Les spots de pêche en lacs, rivières, mer (Pyrénées Catalanes : Capcir, Cerdagne/Agly/Littoral)

Diffusion depuis le mois de juillet 2020 :

<https://meinfrankreich.com/die-schoensten-angel-spots-der-pyrenees-orientales/>

Parutions prévues en juin 2021 dans les 2 magazines Fish and Fly + Rute und Rolle

GUIDE DE VOYAGE MÜLLER

Édition « Su'dfrankreich » (sud France) et une édition spécialisée (ex)Languedoc-Roussillon

(Accueil en septembre 2020)



Parution de la nouvelle édition prévue juin 2021 : actualisation du guide : Pyrénées Catalanes, Vallespir et Haut Vallespir et Littoral et Perpignan)

2 reportages doivent également paraître en juin 2021 dans les 2 journaux : « DieZeit » et « Süddeutsche Zeitung »

➤ Belgique

Pour les magazines du groupe Mediahuis ▼

BELANG VAN LIMBURG

HET NIEWSBLAD

GAZET VAN ANTWERPEN

(Accueil en juillet 2020)

Vacances en famille dans une station du Littoral sablonneux (Saint Cyprien) *pour un reportage paru en août 2020 : 2 doubles pages*

DEUZIO MAGAZINE / supplément week-end de l'Avenir (quotidien)

(Accueil en septembre 2020)

Le littoral à Vélo, et boucle transfrontalière jusqu'à Céret - *Un magnifique reportage sur nos voies cyclables, 4 pages parues en novembre 2020.*

➤ Espagne

NOUVEAU ! GUIDE DE VOYAGE « Los 101 destinos imprescindibles de Francia » - Editions ANAYA TOURING

Ce nouveau GUIDE mettra en avant les 101 destinations incontournables en France (villes, villages, sites de patrimoine et sites naturels) en continuité du GUIDE « 101 destinos del mundo sorprendentes » où Sergi REBOREDO mettait en avant 101 destinations du monde. Les livres sont disponibles dans les principales librairies et gdsmagasins : El Corte Inglés, la Fnac, les librairies Casa del Libro

Collioure et la côte Vermeille ont été retenus parmi les 16 sites d'Occitanie

« incontournables de France »

(Accueil en septembre 2020, réalisé en partenariat avec le CRTL) - Sortie de ce nouveau guide prévue au printemps 2021

4 influenceuses ▼

@irenecocinaparati / @art_by_sue / @cocina_tu_imaginacion / @mariacosbel Venues pour un show cooking à Riberach ont profité de leur venue à Bélesta pour faire une visite de Perpignan (organisation ADT/OTC). Nombreuses parutions « en live » sur leurs comptes Instagram.

➤ Blog (anglais) lectorat Grande Bretagne, USA et autres pays anglophones
<https://weblogtheworld.com/>

Ce journaliste américain, résidant à Toulouse, a dédié son reportage à Amélie-les-Bains, Les Bains de Llo, Prats Balaguer, les Bains de St Thomas, le Train Jaune, la Cerdagne et le Capcir.

(Reportage en juillet 2020) <https://weblogtheworld.com/formats/photos/pyrenees-orientales-hot-springs>

➤ Pays-Bas

FRANKRIJK PUUR

(Accueil en juin 2020)

Perpignan, le Conflent et randonnées dans le massif du Canigó *pour un reportage paru en septembre 2020* : Perpignan ► <https://urlz.fr/fzMO>

Paru en août 2020 : Conflent et massif du Canigó ► <https://urlz.fr/fzMP>

PUUR OP REIS

(Accueil en septembre 2020)

Randonnées pédestres dans les Pyrénées Catalanes (Capcir et Cerdagne), en Conflent (Vernet, Nyer), train jaune pour deux reportages parus en novembre 2020 : en print et sur le web : <https://urlz.fr/fzMR/> <https://urlz.fr/fzMT>

GEOGRAPHIC TRAVELLER

(Accueil en septembre 2020)

Venue dans le cadre de Visa pour L'Image, la journaliste Barbera Bosma et son photographe ont réalisé *un très beau reportage dans GEO (Perpignan et la Côte Vermeille) paru en mars 2021* - Ils reviendront en 2022 pour les Pyrénées Catalanes.

➤ Japon

WINE WHAT Magazine (partenariat CRTL)

(Accueil en octobre 2020)

Art de vivre et oenotourisme en Roussillon - *Un reportage de 26 pages paru en février 2020, dans ce magazine édité à 40 000 ex avec une version on-line sur le site www.wine-what.jp (50.000 pages vues/mois, 25.000 visiteurs/mois)*

Ils sont aussi venus en 2018, en 2019 ► les articles/reportages sont parus en 2020

CHAINES TV ► TV5 MONDE + FRANCE 5 TV

« ECHAPPEES BELLES » - (tournage en décembre 2019)

« Pyrénées, de village en village » - les Pyrénées-Orientales et ses plus beaux villages de France (label) : Castelnou, Eus, Villefranche de Conflent, les grottes des Canalettes, Font-Romeu, Mont-Louis et à bord du célèbre Train Jaune.

1^{ère} diffusion en février 2020 et nombreuses rediffusions sur TV5 Monde et France 5 + replays

<https://pro-tourismeadt66.com/france-10>

CHAINES TV ► TV5 MONDE + FRANCE 5 TV + CHAINE VOYAGES

« LES ROUTES MYTHIQUES DE FRANCE »

La Route du Canigó avec Cali - (tournage fin mars/début avril 2019)

1^{ère} diffusion en février 2020, et nombreuses rediffusions sur TV5 Monde et France 5 + replays

LE FIGARO MAGAZINE

(Reportage mi-décembre 2019 à Oms et à Cosprons)

2 chambres d'hôtes référencées sur la Côte Vermeille et dans les Aspres (22 pages / parution mai 2020) « Les Plus Belles Chambres d'Hôtes » Diffusion nationale : 380 000 exemplaires / 1 245 000 lecteurs

MAGAZINE CÔTE SUD

(Reportage en décembre 2019 / Parution en février 2020)

Bimestriel, diffusion nationale (print) : 115000 exemplaires (base 2019), et une audience 2019 de 669000 lecteurs

20 pages dédiées à l'art de vivre, la décoration et le patrimoine dans les secteurs de Perpignan, de la Côte Vermeille et un petit détour par Thuir et Ille sur Têt, Bélesta la Frontière

<https://pro-tourismeadt66.com/magazine-cote-sud-20-pages-consacrees-notre-departement>

VELOGUIDE « La Méditerranée à Vélo du Perthus à Menton » (Edition OuestFrance)

(Reportage en juillet 2019 pour l'écriture du guide)

Le journaliste est venu en reconnaissance de l'itinéraire d'Argelès sur Mer à Rivesaltes (par Sainte Marie la Mer, le Barcarès) : visite de sites, hébergements...

Edition de février 2020 - Diffusion nationale 5000 exemplaires -

MAGAZINE ESPRIT D'ICI ▶ 2 reportages distincts dans 2 éditions spécifiques (parus en mars et juin 2020)

▶ **littoral /** (reportage en mai 2019)

Parution en mars/avril 2020 - 2 pages

Restaurant à Canet en Roussillon « un restaurant catalan pur jus »

Diffusion nationale : Bimestriel 70 000 exemplaires / 200 000 lecteurs

▶ **Patrimoine vivant /** « *La Tradition de la Saint Jean au Sommet du Canigó* » 2 Accueils de presse du 14 au 16 juin 2019 (trobada) et du 21 au 24 juin 2019 (*Page de couverture + 6 pages / Parution en juin 2020*)

Diffusion nationale : Bimestriel 70 000 exemplaires / 200 000 lecteurs

➤ Allemagne

GUIDE DE VOYAGES « LES 111 LIEUX INCONTOURNABLES A VISITER DANS LES PYRENEES FRANÇAISES »

(Accueil en juin 2018) en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs -

Parution du guide en juin 2020 - 5000 exemplaires -

Pour les 5 supports ▼

WAZ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung) FUELDER ZEITUNG

GIESSENER ALLGEMEINE HAMBURGER ABENDBLATT SONNTAGSEITUNG

(Accueil en avril 2018)

Reportage sur une ferme (fromage, viandes) et gîte en Haut Vallespir

Parution du reportage en mai 2020

FRANKREICH MAGAZINE (mensuel)

(Accueil en mai 2019)

Reportage paru en avril 2020 En partenariat avec le CRTL : <https://urlz.fr/fzME>

➤ Belgique

KEN WIJN MAGAZINE

(Accueil en octobre 2019)

Dans le cadre du label « PERPIGNAN VILLE EUROPEENNE DU VIN » - un reportage très dense en informations sur Perpignan et les vins du Roussillon (terroirs de l'Agly, de la plaine et de la côte vermeille) -

Reportage paru en février 2020

<https://urlz.fr/fzMW>

➤ Espagne

www.conmuchagula.com

(Reportage dans le cadre des « Grands Sites Occitanie » - partenariat avec le CRTL)

Perpignan, Rivesaltes, Tautavel, Collioure...

Parution de l'article en janvier 2020

<https://www.conmuchagula.com/seductores-encantos-occitanos/>

➤ Grande-Bretagne

(Accueil en août 2019)

THE TELEGRAPH invité par le Tour Operator « Bike Basque » (spécialisé dans la programmation de circuits « traversées des Pyrénées à vélo ») a écrit sur Perpignan et la Côte Vermeille.

Parution de l'article en janvier 2020 <https://urlz.fr/fzM6>

➤ Pays-Bas

WINELIFE MAGAZINE

(Accueil en juin 2019)

Dans le cadre du label « PERPIGNAN VILLE EUROPEENNE DU VIN », venue de Marjolein Schuman pour un reportage paru en janvier 2020

<https://www.winelife.nl/2020/01/31/proeven-in-perpignan/>

DE TELEGRAAF

(Accueil en septembre 2019)

Venu dans le cadre de Visa Pour l'Image, le journaliste a mis en ligne un reportage sur la côte vermeille et la ville de Perpignan, *paru en janvier 2020* (380 000 ex).

LEVEN IN FRANKRIJK (mag bimensuel)

MEDITERRANEE (mag semestriel) **AD MAGAZINE** (mag bimensuel) (Accueil en mai 2019)

3 reportages dans ces 3 supports du marché néerlandais, parus en avril 2020

En partenariat avec le CRTL :

<https://urlz.fr/fzME>

En 2020 ▼

Ils ont demandé des informations ► ils ont écrit

MASTERCHEF MAGAZINE (demande relayée par le Comité Régional du Tourisme Occitanie - infos envoyées par l'ADT)

Magazine professionnel des rencontres gastronomiques

(Parution de 3 pages en septembre 2020)

Titre : « Restaurant la Balette / Itinéraire Les Pyrénées Orientales »

ELLE MAGAZINE

(Parution prévue fin novembre 2021)

Sujet : « la montagne l'hiver : activités outdoor, après-ski et ski de piste et de randonnées »

MAGAZINE FEMINA

2 pages / Parution août 2020

Titre : « La Côte Vermeille sur les Rails »

Diffusion nationale : 2 280 000 exemplaires / 5 000 000 lecteurs

METROPOLITAIN LE MAG (demande relayée par le Comité Régional du Tourisme Occitanie - infos envoyées par l'ADT)

Spécial hiver 2020/21 sur le bien-être et le thermalisme

(Parution 16 pages décembre 2020)

<https://urlz.fr/fzE4>

Accueils presse annulés à cause de la crise sanitaire

➤ Allemagne 2 accueils annulés

Frankfurter Allgemeine Zeitung

- Vacances familiales dans le massif du Canigó) / partenariat avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs
- Céret, la côte vermeille et ses artistes

➤ Autriche - 2 accueils annulés

Le tour-opérateur **Raiffeisen Reisen** avait prévu d'amener un groupe de journalistes sur les établissements programmés dans le circuit dont les PO font partie (septembre 2021)

Les supports qui n'ont pu venir : **Autotouring** (magazine de l'Automobile Club : 1 800 000 ex) ; **Kurier** (325 000 ex) ; **Kleine Zeitung** (353 000 ex) ; **Kronen Zeitung** (1 355 000 ex)

Le TO intégrera bien, toutefois, les Pyrénées Orientales (dont Collioure) dans le circuit qui est à la vente depuis le début de l'année 2021.

Salzburger Nachrichten – diffusion 80 000 ex/282 000 lecteurs
(Gastronomie, vins et en particulier les Maury secs et doux) / Partenariat avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

➤ Belgique - 9 accueils annulés

Cook Magazine + L'Avenir (vins et gastronomie)

We Love Travel Magazine / L'Avenir / La Libre Belgique (tourisme rural, productions bio, art de vivre, vins)

La Libre Belgique + Mediahuis (rando itinérante – massif du Canigó)

Bazarmagazine (terroir, productions bio, tourisme rural, patrimoine naturel)

Gourmand Gazette / (gastronomie, terroir, art de vivre)

➤ France - 3 accueils annulés pour 3 magazines (print et web)

Magazine « **Outlines** » (nouveau semestriel/groupe Le Dauphiné Libéré) : spécialisé outdoor montagne 4 saisons et s'adressant au grand public. Distribution en kiosques et reportages sur le web du Dauphiné Libéré.

Reportage canyon en eaux chaudes (Thuès), devait avoir lieu en février/mars puis reporté à septembre ; *a eu lieu en février 2021 pour une parution en décembre 2021.*

« **La Méditerranée à Vélo** » - Véloguide EV8 et blog trip destiné aux actifs/urbains et seniors actifs – (avril). Mise à jour du guide vélo

Blog <https://www.200-lemagazine.cc/> : reportage sur la « **Véloroute 81 (piémont pyrénéen)** ».

➤ Pays-Bas - 7 accueils annulés

Puur op Reis (gastronomie, terroir, art de vivre)

News Publishers (gastronomie, terroir, art de vivre)

Leven in Frankrijk (terroirs, artisanat, art de vivre)

WineLife / Flavorfav / En Route Magazine (vins doux naturels et accords mets/VDN)

NDC Mediagroep (randonnées Conflent/art de vivre et gastronomie)

Fermeture de la RN116 (inondations) - annulation de l'accueil

➤ France

Magazine « **Bougez vert** » / **Ushuaïa TV** (offre hiver : randonnées et activités de pleine nature en Cerdagne et Capcir).

Une année 2020 compliquée pour les accueils de presse, l'activité ne s'est cependant pas interrompue

▶ Des reportages ont continué à paraître, liés aux sujets traités les années précédentes.

▶ Des accueils, **tous marchés confondus**, ont pu tout de même être réalisés, permettant à notre destination de rester visible de manière constante sur des supports à forte audience.

Tous les reportages sont en ligne sur : <https://pro-tourismeadt66.com/la-presse-en-parle>



COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

COMMUNICATION DIGITALE

Plus de 12 700 000 personnes touchées en 2020

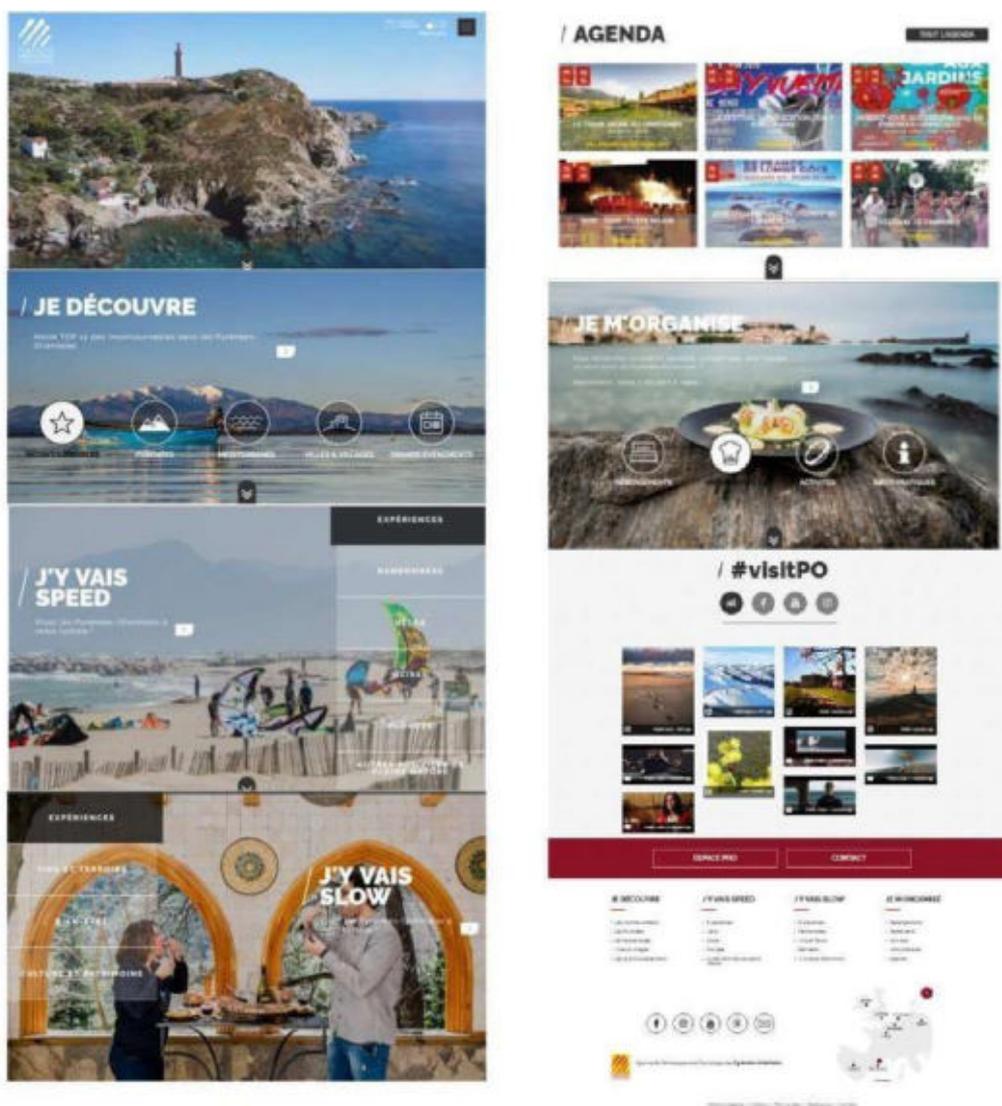
Web

Site destination en 5 langues (F - GB - Cat - Esp - D) : tourisme-pyreneesorientales.com

1 262 968 visiteurs

Travail quotidien de développement et d'enrichissement du site grand public avec pour objectifs :

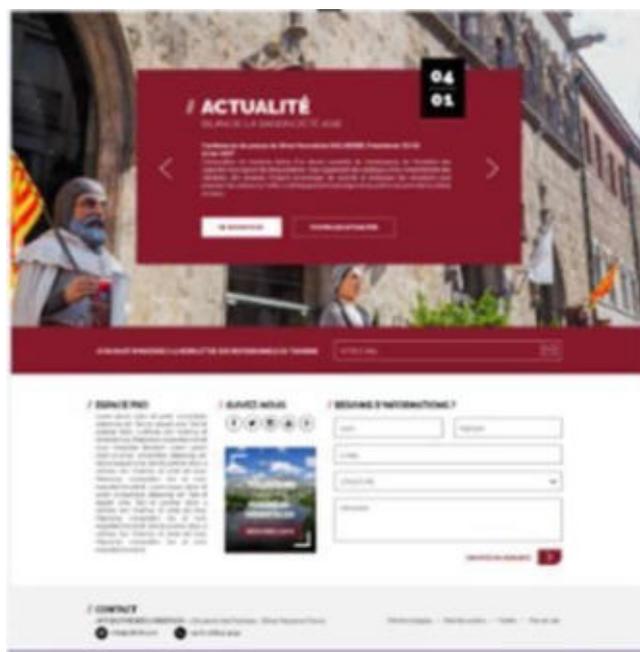
- de séduire, susciter l'envie, l'émotion, l'évasion, de partager et faire partager,
- de simplifier le parcours utilisateur : moteur de recherche interne performant, cartographie interactive,
- de soigner l'interface utilisateur : technologie mobile first, intuitivité ergonomique...



Site « pro » : pro-tourismeadt66.com - 18 833 visiteurs

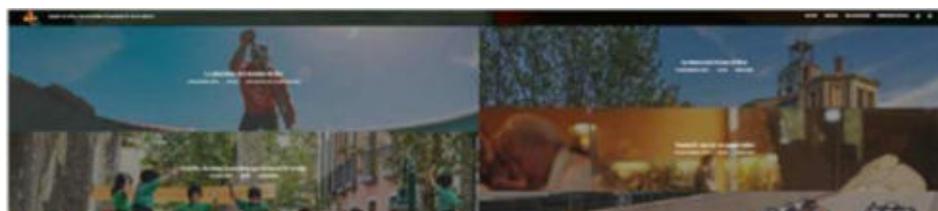
Travail de développement d'un espace dédié aux professionnels du tourisme avec pour objectifs :

- de présenter l'ADT et ses missions en lien avec la stratégie départementale du tourisme et des loisirs
- de présenter les données de l'observatoire du tourisme, véritable outil d'aide à la décision
- de mettre à disposition des journalistes et influenceurs les outils nécessaires à la découverte de notre destination et de présenter aux professionnels du tourisme l'ensemble des retombées des actions menées avec les médias
- d'accompagner les porteurs de projets et les professionnels dans leur structuration et leur démarche de qualification et de labélisation pour une montée en gamme de l'offre touristique



Blog : visitpo.fr - 27 224 visiteurs

- Aide à la saisie et / ou optimisation technique de 7 nouveaux articles
- Optimisation du référencement naturel sur les 80 articles existants
- Préparation et envoi d'une newsletter aux abonnés du blog à chaque nouvelle publication
- Adaptation des articles



Réseaux sociaux

Facebook : **+ de 61 000 fans - 9 728 453 personnes touchées**

Page en français : [Pyrénées-OrientalesTourisme](#),

Page en catalan/castillan : [Pirineus-OrientalTurisme](#)

Page en anglais : [Mediterranean Pyrenees in Pays Catalan](#).

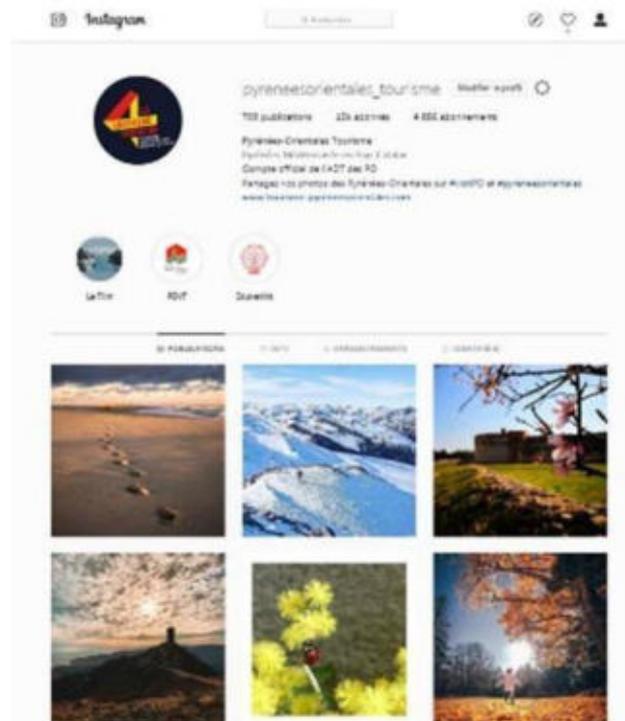
Classées en 5ème position sur 86 destinations touristiques départementales avec un taux d'engagement de 4,48 % (source : we-like-travel.com - déc. 2020)



Instagram : [pyreneesorientales_tourisme](#) - **22 565 abonnés - 1 735 420 personnes touchées**

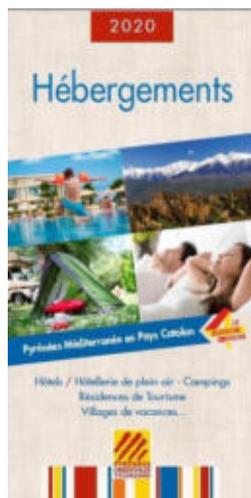
Classé en 13ème position sur 86 destinations touristiques départementales (nombre d'abonnés)

(source : we-like-travel.com - déc 2020)



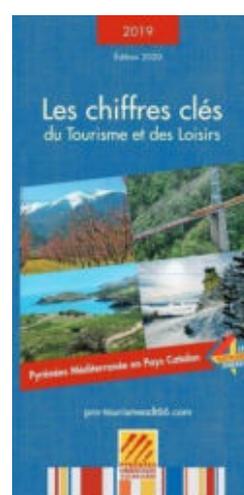
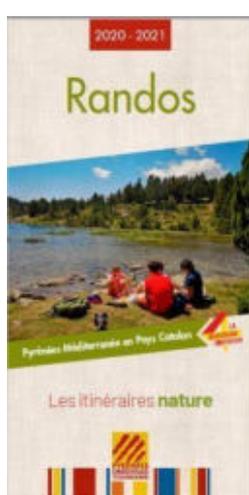
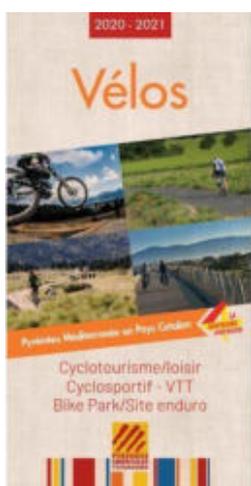
COMMUNICATION PRINT

Carte Hébergements (nouveau !)



15 000 exemplaires

Cartes Randos - Vélos - Tourisme et Loisirs - Dépliant ChiffresClés du Tourisme (à la nouvelle charte)

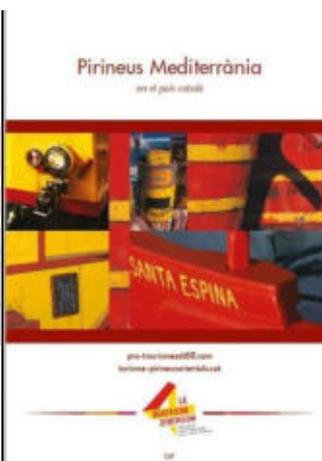
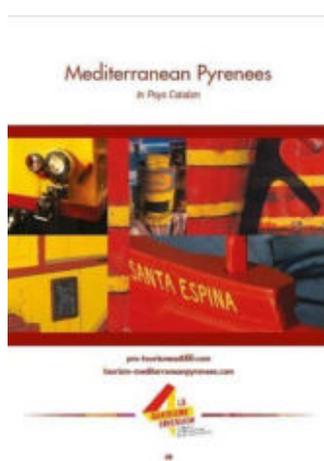
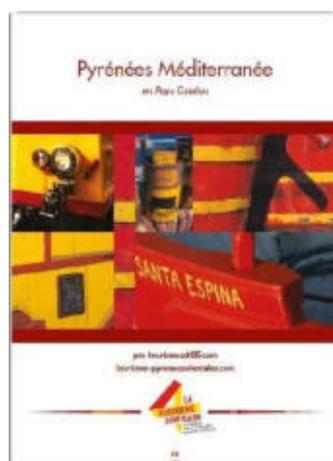


40 000 exemplaires

200 000 exemplaires

2 000 exemplaires

Dossiers de presse : mise à jour et à la charte en 4 langues (F - GB - Cat - Esp)



Marque de destination : 2 guides pratiques en téléchargement sur le site pro



Papeterie : cartes de visite à la nouvelle charte



Clés USB : 500 exemplaires à destination des journalistes et autres prescripteurs



Insertions

Guide du Routard Languedoc et Roussillon - (insertion gratuite : échange d'espace publicitaire)



PYRÉNÉES MÉDITERRANÉE EN PAYS CATALAN



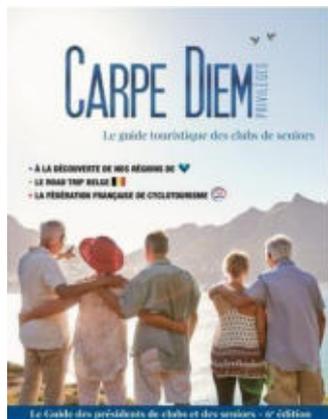
Magazine Performances (page mise à disposition par le CD66)

Magazine Les Décideurs (print et web) dans le cadre de notre adhésion au Club de l'Eco de L'Indép



Carpe Diem Privilèges - Dossier Spécial Régions (gratuit)

« Le guide touristique des clubs de seniors », diffusé nationalement à plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires en version papier et numérique.



Maison & Jardin magazine (gratuit)

Dossier spécial Pyrénées pour l'édition de Décembre 2020



ACTIONS EN PARTENARIAT

Avec les Neiges Catalanes

Campagne mix média promotion « Montagne Hiver » 2020/2021

Cible : Nantes et Pays de Loire + Occitanie

Déclinaison : Affichage - Numérique - Radio - Presse - Sacs à pain

Affichage : réseau Next One - Indoor média

- 80 faces dans 40 établissements de Nantes - prévu du 12 au 25/11/20, reporté du 21/01 au 03/02/21, puis **annulé**

Sacs à pain 26/01/21: Setimpact : campagne secteur Nantes à partir du 26/01/2021 - 20 000 exemplaires Référencement :

Radio :

- **Hit West** (Radio Régionale du Pays de la Loire) : 112 spots de 30 secondes - diffusion du 02 au 15/11/20
- Spots gratuits solidarité confinement - 56 spots - 5 au 17/11/20
- **Virgin Radio** (Nantes) : 112 spots de 30 secondes - diffusion du 18 au 31/01/21

Campagne numérique :

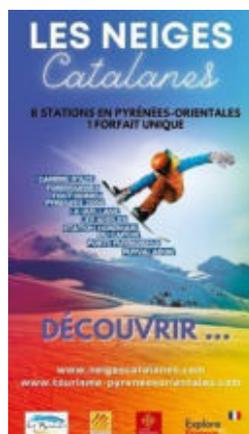
Achat de clics (5 700) géolocalisés (Nantes) sur Applis du groupe Lagardère (Météo France, Chérie FM, Madame Figaro, Ouest France, Téléstar) - prévu du 1/12 au 15/12/20, reporté du 25/01/21 au 7/02/21, puis **annulé**

Insertions :

- **Elle** édition régionale - dossier montagne Pyrénées Parutions : 27/11 au 04/12/20
 - o Région Pays de la Loire (44-49-53-72-85)
 - o ½ Page Quadri
 - o Diffusion : 27 932 exemplaires - 110 000 lecteurs
- **Sud-Ouest** - Un hiver dans les Pyrénées - 1 page + web 28/11/20

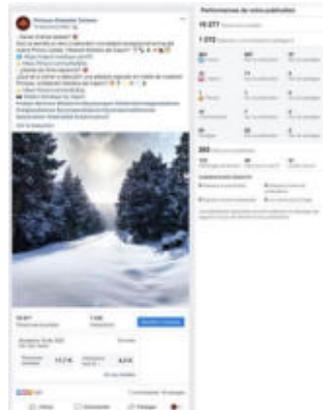
Participation **opération presse** online marché catalan.

Visuels utilisés :



Campagne social media

Post Facebook sponsorisé sur la page Destination en Catalan/Castilan « Pirineus-Orientals Turisme» -
Promotion ouverture station nordique du Capcir



Avec le Département, la Chambre d'Agriculture, le CIVR et l'OTC Perpignan Méditerranée : participation à la journée des Pyrénées-Orientales au Salon International de l'Agriculture : sélection de photos pour une animation (roue)



Avec le Département

- Proposition de sujets, recherche de photos, vérification d'articles... pour le journal **MonDépartement**
- **Journée d'accueil des Nouveaux Catalans** : version 100 % digitale pour la 19^{ème} édition
Présentation de notre département à travers nos outils digitaux et notre film "Le plus beau des terroirs »
- Dossier « **Signalisation d'animation culturelle et touristique - Autoroute A9** »
- Dossier « **Carte Ambassadeurs** »

Avec le CRTL Occitanie - Sud de France :

- Plateforme digitale <https://www.tourisme-occitanie.com/> : participation aux comités éditoriaux techniques pour une contribution sur la partie "expériences". Saisie sur le CMS du site web du CRT de ce contenu pour les Pyrénées-Orientales.
- Actions dans le cadre du plan de relance détaillé dans cette partie dédiée

COVID 19 - FOCUS PLAN DE RELANCE PHASE 1 - POST CONFINEMENT PRINTEMPS BILAN DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Plan de relance arrêté en CA le 9 juin et approuvé en AG le 24 juin 2020

Campagne de communication infra départementale :

Signature : le Département

Message : « Prenons nos vacances dans les PO » et renvoi sur la page dédiée <http://www.nosvacancesdanslesPO.fr>

Supports :

- Insertions dans la presse
- Flyer et affichette : diffusés auprès des offices du tourisme du département, ces documents inviteront les visiteurs à se connecter sur la page dédiée du site web de l'ADT pour y trouver toutes les offres accessibles dans ce contexte sanitaire.
- Affichage sur le réseau Clear Channel du Département
- Flanc de bus réseau Sankéo
- Insertion dans Mon Département
- Partage sur Facebook



Création d'une page dédiée « Prenons nos vacances dans les PO » sur le site web grand public de l'ADT :

A partir de l'ajout d'un item "covid 19 mesures appliquées" sur les offres de notre base de données et de syndications spécifiques sur tous les bordereaux, nous faisons remonter ces offres accessibles concernées sur notre site web, sur une page dédiée aux activités, loisirs, restaurants et hébergements. Un nom de domaine spécifique a été acheté pour un accès direct sur cette page <http://www.nosvacancesdanslesPO.fr>

Cet item est également visible sur la recherche, le listing et le détail des offres pour les internautes qui se connectent via notre home page ou une recherche Google.

Travail en réseau avec les offices de tourisme et contributeurs à la base de données

Tourinsoft pour mettre à jour et valoriser les professionnels mettant en place des mesures sanitaires.

Mise en place d'un système de mise en valeur des professionnels mettant en place ces mesures (syndications spécifiques pour le site dédié).

Ajout d'éléments relatifs à des services mis en place par certains métiers (restauration, producteurs de produits agricoles) : plats à emporter, drive, livraison.

Mise à jour des dates et horaires des professionnels,

Interrogation des professionnels sur les mesures mises en place

Si besoin ajout de détails des mesures si nécessaire dans le descriptif de l'offre notamment pour le client (port de masque obligatoire ou non, places limitées, réservations obligatoires...).



Création d'une rubrique « COVID-19 » sur notre site pro :

Hébergée dans la partie "REGARDS-SUR" <https://pro-tourismeadt66.com/covid-19>.

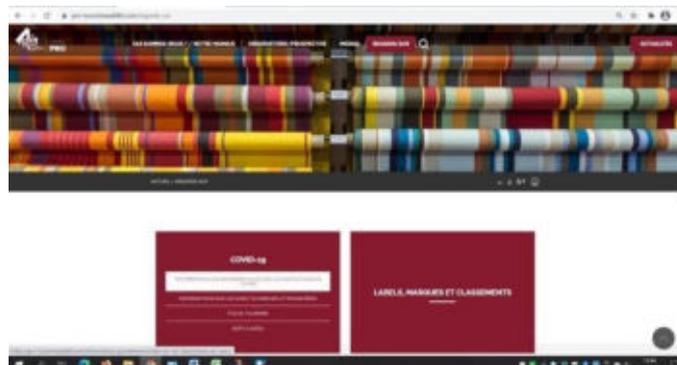
Pour plus de visibilité, l'accès se fait également à partir d'une actu "COVID-19 en home page du site : "Retrouvez toutes les informations liées à la crise sanitaire ici" (avec un lien direct vers cette partie). <https://pro-tourismeadt66.com/covid-19-les-informations>

Elle comprend 4 sous-rubriques :

- Les informations gouvernementales sur les dispositions en cours
- Les informations sur les aides techniques et financières
- Un focus tourisme
- Une boîte à idées

Une newsletter a été envoyée à l'ensemble des socio-professionnels du tourisme du département pour annoncer la mise en ligne de cette nouvelle rubrique.

Mise en ligne de 8 « actualités » dédiées et relayées pour certaines par des emailings à destination des professionnels du tourisme de notre département.



Diffusion de notre documentation touristique dans tous les OTI/OTC/OT

- Cartes Tourisme et Loisirs (édition 2020/2021)
- Cartes Randos (édition 2020/2021)
- Cartes Hébergements (édition 2020)
- Cartes Vélos (édition 2019/2020)
- Pass Découvertes (édition 2020)
- Cartes 13 sites du département (édition 2020)

Livraison d'un stock suffisamment conséquent pour que ces structures puissent répondre à la demande de l'ensemble de leurs :

- Hébergeurs,
- Professionnels d'activités de loisirs,
- Sites culturels,
- Sites naturels
- Ets Thermaux

Pour les Réseaux sociaux :

Facebook :

Élargir notre communauté sur la page actuelle à plus d'habitants des PO et insérer davantage de publications qui mettent l'accent sur nos loisirs, restaurants, avec renvoi sur pages dédiées de notre site, ou têtes de réseaux, ou initiatives collectives ou institutionnelles...

Modification de la ligne éditoriale pour intégrer des nouveaux messages plus spécifiques qui peuvent s'adresser aux « locaux » sans "perturber" les autres fans.

Partage tous les vendredis d'un article du blog visitPO.fr mettant en avant producteurs de terroir, sites touristiques, activités de pleine nature et loisirs.

Instagram :

Maintenir les posts qui favorisent l'évasion et accentuer ceux qui appellent à une « consommation » locale de nos produits touristiques, de terroir et/ou de loisirs. A partir de mi-avril, utilisation des #ToutEstIci #Onn'estpasbienlà? #Vacances2020 et mention : « Une destination à (re)découvrir après... » avec renvoi sur page de l'OTI concerné et/ou du site/lieu.

Campagne #LaMontagneToutNaturellement :

Partenariat : Atout France / France Montagne / Confédération Pyrénéenne du Tourisme / CRT

Dates : 10 juin au 1^{er} juillet

Présentation du dispositif : campagne de communication nationale visant à soutenir la reprise de la saison estivale dans tous les massifs français.

Plan média : 277 spots TV France tél et BFMTV

Interventions de l'ADT : création d'une actualité dédiée sur le site pro. Partage du film sur nos RS



Campagne #CetÉtéJeVisiteLaFrance : Atout France / CRTL :

Dates : à partir du 19 juin Présentation du dispositif :

- Axe : rassurer, donner à voir, inspirer
- Accueil influenceurs
- Partage sur les RS avec utilisation des #

Ligue Occitanie de Rugby :

Présentation du dispositif : la Ligue Occitanie de Rugby a proposé à la Région Occitanie de relayer l'offre touristique régionale en utilisant le réseau du rugby (clubs, ligues, comités départementaux, fédération) sur notre région mais aussi dans les autres ligues de la FFR.

Deux prestigieux anciens internationaux Didier CODORNIUO et Jo MASO, ambassadeurs du rugby occitan, soutiennent cette démarche.

Un petit film mettant en scène des anciens internationaux, nos « Gueules des terroirs Occitans », a été réalisé.

Interventions de l'ADT :

- Envoi texte, photo et liens pour présentation de la destination sur le site de la ligue <https://ligueoccitanie.ffr.fr/parcourir-le-site/la-lor-au-service-du-tourisme-occitan>
- Partage de la vidéo sur nos réseaux sociaux

USAP relaie la campagne « Prenons nos vacances dans les PO » :

<https://fr.usap.fr/actualites-generales/lusap-au-soutien-de-la-relance-economique-post->



COVID 19 - FOCUS PLAN DE RELANCE - PHASE 2 - ETE

BILAN DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Plan de relance arrêté en CA le 9 juin et approuvé en AG le 24 juin 2020

Budget global : 120.000 euros

Campagne social média :

Dates : juillet à septembre

Cibles : ciblage géo de proximité (Occitanie) + audiences stratégiques (Ile de France, Grand Est, Hauts de France), âge, CSP et centres d'intérêts en fonction des thématiques afin de présenter la destination sous son aspect le plus séduisant pour chaque personne.

Supports : Facebook, Instagram, + un réseau de 250 sites Internet les plus consultés en France et sur L'Indépendant.fr pour l'audience de proximité

Contenu : création de capsules vidéo en interne (utilisation des images produites par l'ADT ainsi que des images dont l'ADT est propriétaire) pour illustrer les 7 thématiques suivantes :

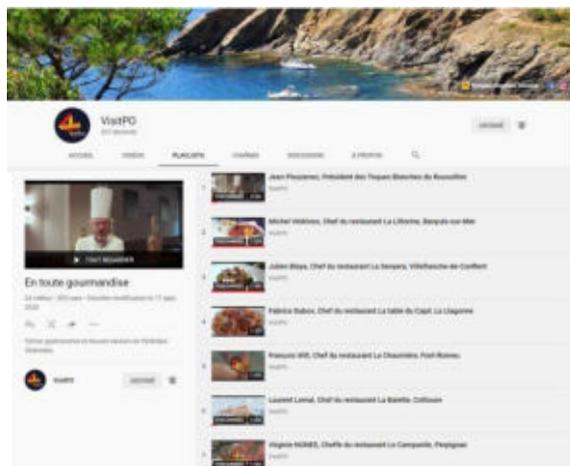
- Générique destination : **#ToutEstIci - Vacances de rêve en Pays catalan**
<https://youtu.be/zvHSsvH-BzQ>
- Oeno, gastro, terroir : **#ToutEstIci - Vacances savoureuses en Pays Catalan**
<https://youtu.be/xIDdJQyvzBk>
- Littoral Catalan : **#ToutEstIci - Vacances au bord de la mer en Pays Catalan**
<https://youtu.be/ckUGyx1sMfA>
- Culture et Patrimoine : **#ToutEstIci - Vacances inoubliables en Pays Catalan**
https://youtu.be/S3SSDh0_gJc
- Montagne : **#ToutEstIci - Vacances oxygénantes en Pays Catalan**
<https://youtu.be/J0D-E7GOopg>
- Activités de Pleine Nature : **#ToutEstIci - Vacances fun et actives en Pays Catalan**
<https://youtu.be/r6AoHc4agek>
- Loisirs : **#ToutEstIci - Vacances animées en Pays catalan**



Création et diffusion de 21 capsules vidéo (en 2 formats) pour valoriser la gastronomie locale, le savoir-faire des Chefs et mettre en lumière la richesse des produits de nos terroirs.

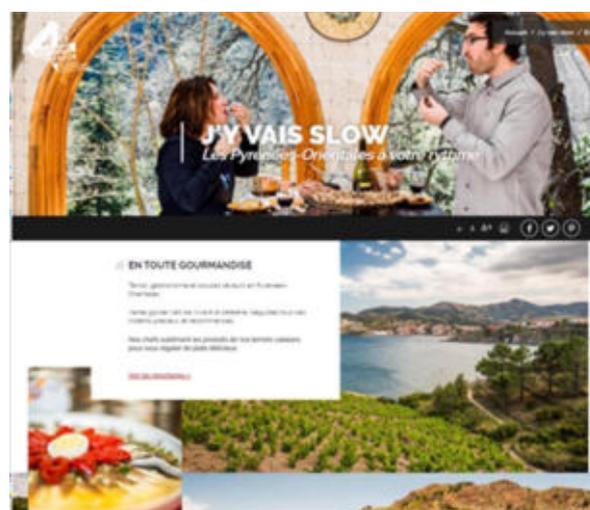
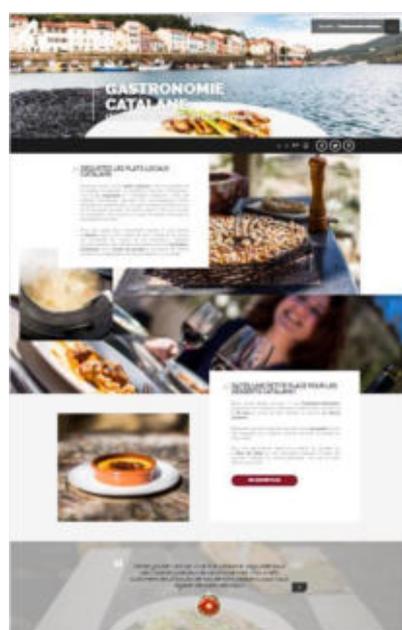
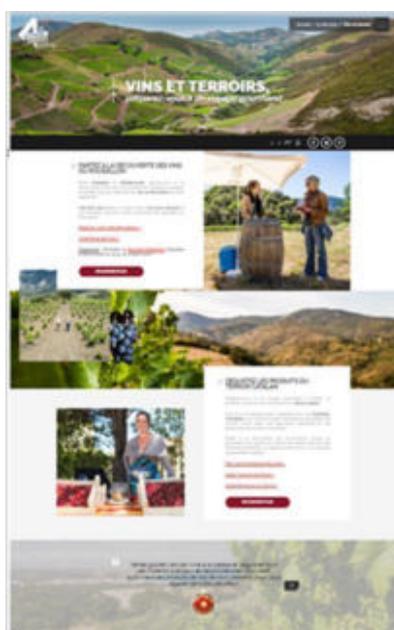
Ces vidéos ont été diffusées pendant l'été auprès de clientèles de proximité ciblées dans le cadre de cette campagne social média pour illustrer la thématique « Oeno, gastro, terroir ».

Elles sont intégrées sur notre chaîne YouTube "[VisitPO](#)" playlist "[En toute gourmandise](#)"



Elles sont également accessibles sur notre site web www.tourisme-pyreneesorientales.com à partir des pages :

- Vins et Terroirs : <https://www.tourisme-pyreneesorientales.com/experience/vins-et-terroirs>
- Gastronomie Catalane : <https://www.tourisme-pyreneesorientales.com/experience/gastronomie-catalane>
- Puis, d'une page dédiée : <https://www.tourisme-pyreneesorientales.com/experience/experiences-1https://www.tourisme-pyreneesorientales.com/gastronomie-et-terroirs>

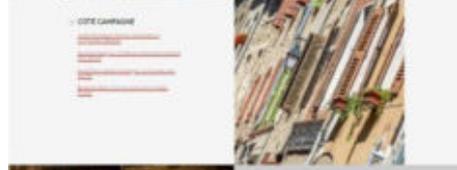




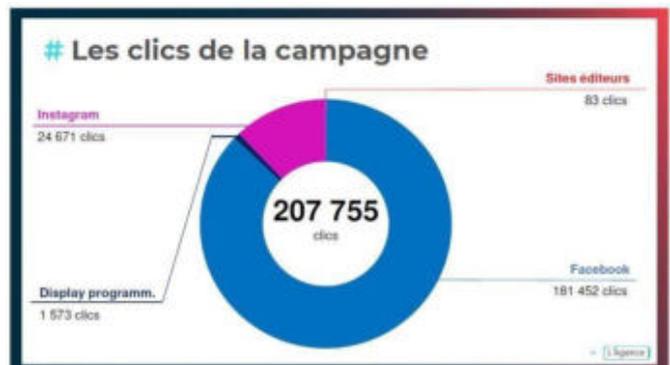
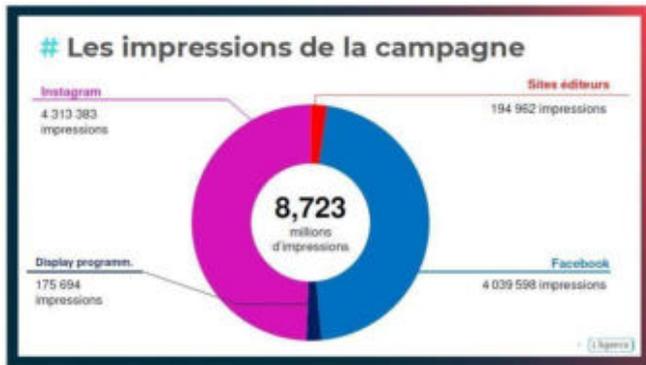
Des plats gastronomiques réalisés en Pays Catalans



JEAN-FLORENCE, PRÉSIDENT DES TOULOUZAINS BLANCS DU ROUSSILLON

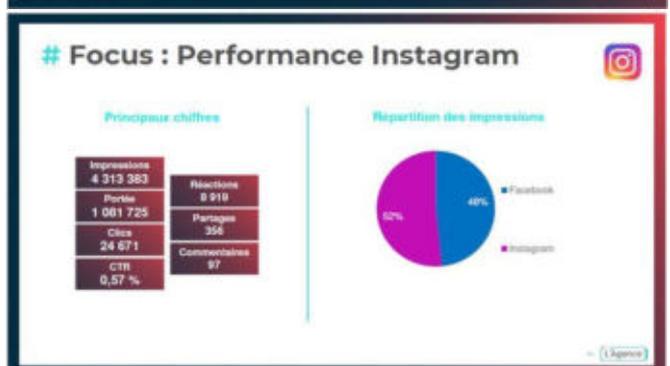
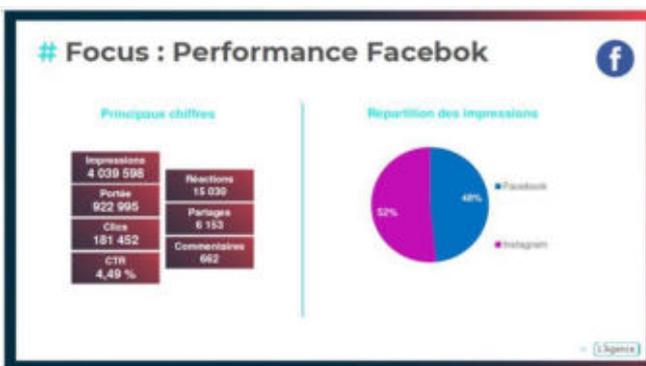
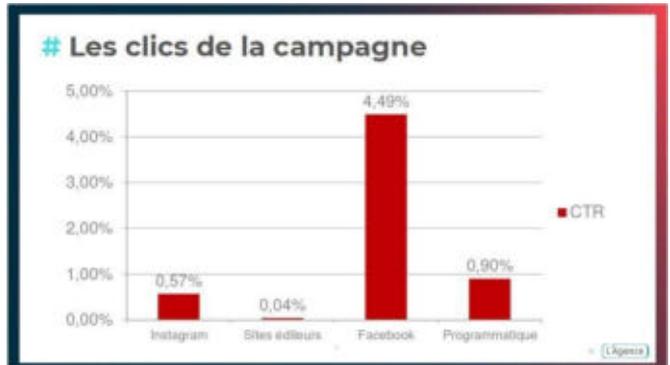


Performances :



L'ensemble des indicateurs de performance de cette campagne est supérieur aux moyennes nationales

8,7 millions d'impressions (affichage publicitaires)
+ de 200 000 clics vers le site web de l'ADT





Campagne insertions avec le groupe La Dépêche (print et digitale) :

Dates : juin à septembre

Ciblage : Occitanie + touristes présents sur la région

Supports :

- Insertions : Guide de l'Été Haute Garonne, Aude et Béziers (print et web)
- Insertions : L'Hebdo Guide de l'Été Aude, Béziers/Sète, PO (print et web)
- Insertion : Terres Catalanes 100ème numéro
- Insertions : suppléments Midi Libre, L'Indépendant, La Dépêche Aude

Campagne valorisation adhésion Club de l'Eco (print et digitale) :

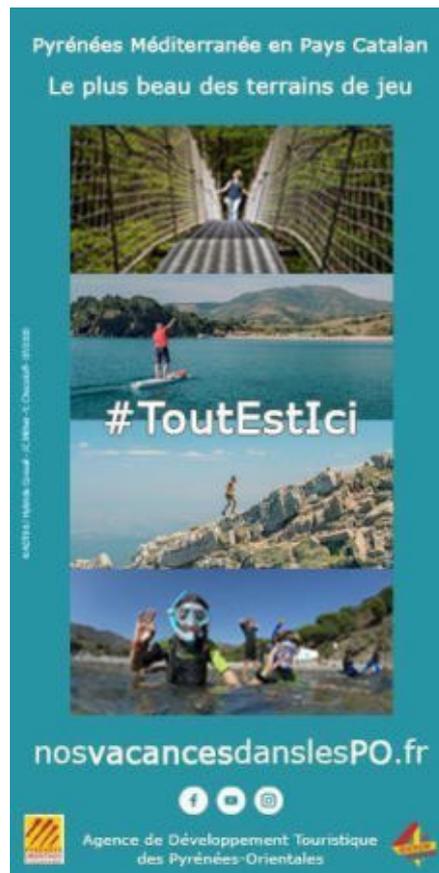
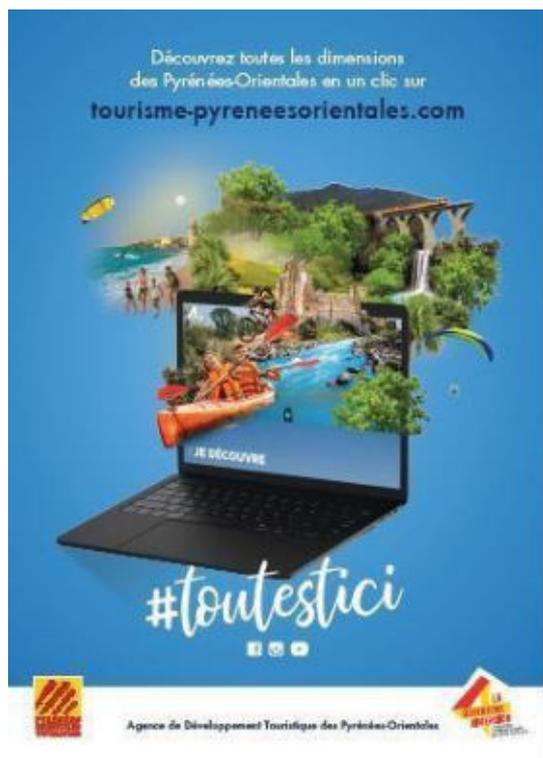
Dates : juin à août

Ciblage : Occitanie + touristes présents sur la région

Supports : insertions print et digitales sur Midi Libre, L'Indépendant, La Dépêche PO, Aude, Béziers, Haute Garonne

Visuels par thématiques (travaillés en interne)

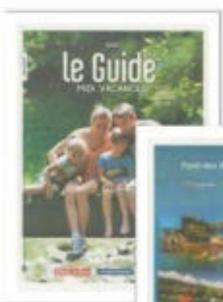






Midi vacances : LE GUIDE

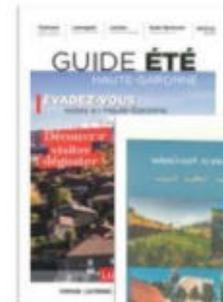
Parutions Juillet 2020, éditions Aude, Béziers et Haute Garonne . 1 seul thème : les loisirs



Edition AUDE



Edition Béziers

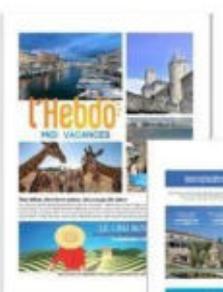


Edition Haute Garonne



Midi vacances : L'HEBDO

Parutions le 12/07, éditions PO, Aude, Béziers. 1 seul thème : les loisirs



Midi vacances : L'HEBDO

Parutions le 19/07, éditions PO, Aude, Béziers. 2 thèmes : Gastronomie sur les PO et Patrimoine sur l'Aude et Béziers



Edition PO



Edition Aude



Edition Béziers





Midi vacances : L'HEBDO

Parutions le 02/08, éditions PO, Aude, Béziers. 1 seul thème : Découvrir, Se ressourcer, Partager, Bouger.



Edition PO



Edition Aude



Edition Béziers



PRESSE : L'INDEPENDANT, MIDI LIBRE

Campagnes sur les PO, 2 thèmes : Loisirs et Gastronomie



Parution du 11/07 : Loisirs



Parution du 12/07 : Gastronomie



PRESSE : L'INDEPENDANT, MIDI LIBRE

Campagnes sur les PO, 3 thèmes : Loisirs, Gastronomie et APN



Parution du 11/07 : Loisirs



Parution du 12/07 : Gastronomie



Parution du 09/08 : Loisirs



Parution du 15/08 : Gastronomie



Parution du 22/08 : APN



PRESSE : L'INDEPENDANT, MIDI LIBRE

Campagnes sur Béziers, 3 thèmes : Montagnes, Gastronomie, Patrimoine et APN



Parution du 10/07 : Montagne



Parution du 17/07 : Gastronomie



Parution du 08/08 : Montagne



Parution du 14/08 : Patrimoine



Parution du 22/08 : APN



PRESSE : LA DEPECHE

Campagnes sur ARIEGE et la HAUTE GARONNE 1 thème : Littoral



Parutions du 16/07



Parutions du 24/07



Parutions du 31/07



Parutions du 07/08



Parutions du 13/08



PRESSE : L'INDEPENDANT, MIDI LIBRE et LA DEPECHE

Campagnes sur les AUDE, 3 thèmes : Montagnes, Gastronomie, Patrimoine et APN



Parution du 24/07 : Montagne

Parution du 26/07 : Gastronomie

Parution du 09/08 : Montagne

Parution du 14/08 : Patrimoine

Parution du 15/08 : APN



MAGAZINE : TERRES CATALANES

Campagnes sur les PO, les 100 ans de Terres Catalanes



Parution 30 Septembre 2020





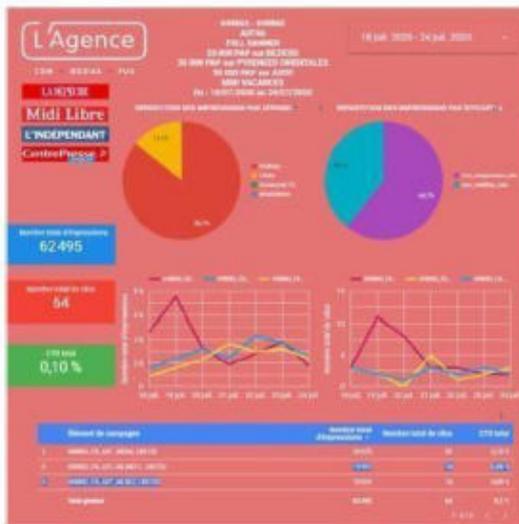
DIGITAL : MIDI VACANCES, l'Hebdo

Campagne du 11/07 au 21/07, MIDI LIBRE et L'INDEPENDANT, éditions : PO, Aude et Béziers



DIGITAL : MIDI VACANCES, l'Hebdo

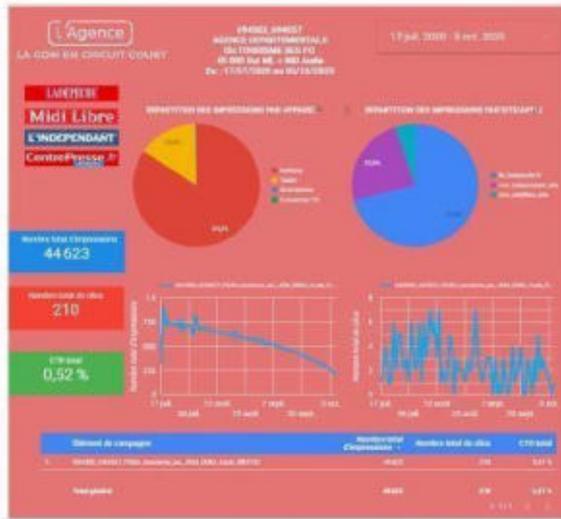
Campagne du 18/07 au 24/07, MIDI LIBRE et L'INDEPENDANT, éditions : PO, Aude et Béziers





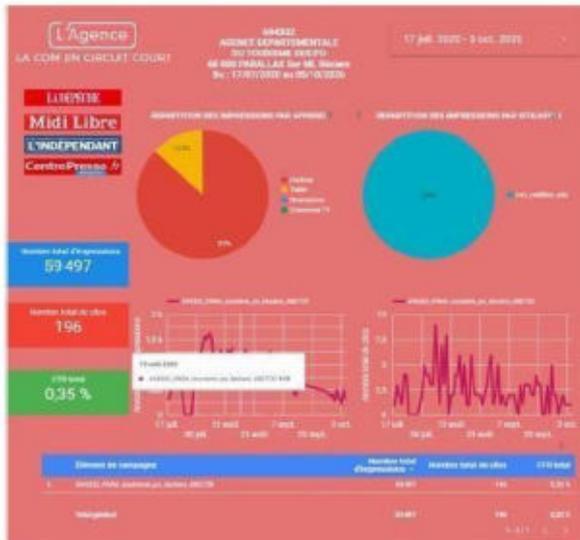
DIGITAL : MIDI VACANCES, le Guide

Campagne du 17/07 AU 05/10, L'INDEPENDANT et MIDI LIBRE, édition : Aude



DIGITAL : MIDI VACANCES, le Guide

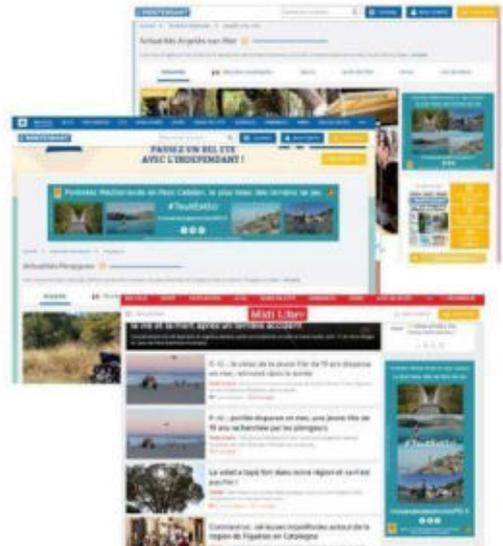
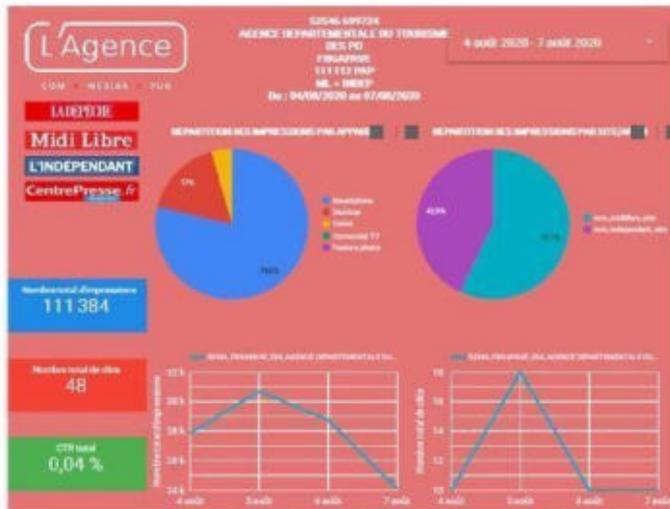
Campagne du 17/07 AU 05/10, MIDI LIBRE, édition : Béziers





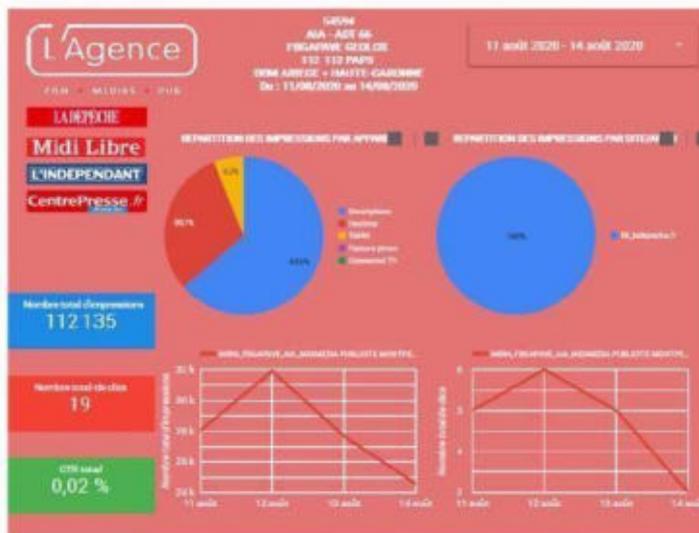
DIGITAL : EDITEURS

Campagne du 04/08 au 07/08, MIDI LIBRE et L'INDEPENDANT. Editions : PO, Aude et Béziers



DIGITAL : EDITEURS

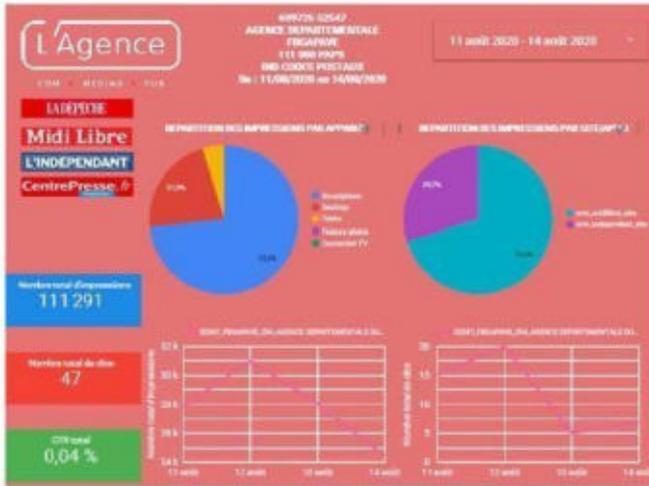
Campagne du 11/08 au 14/08, LA DEPECHE. Editions : Haute Garonne et Ariège





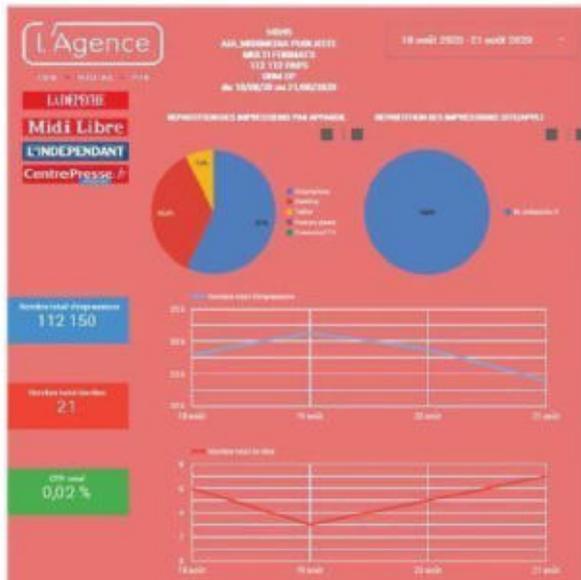
DIGITAL : EDITEURS

Campagne du 11/08 au 14/08, MIDI LIBRE, L'INDEPENDANT. Editions : PO , Aude et Béziers



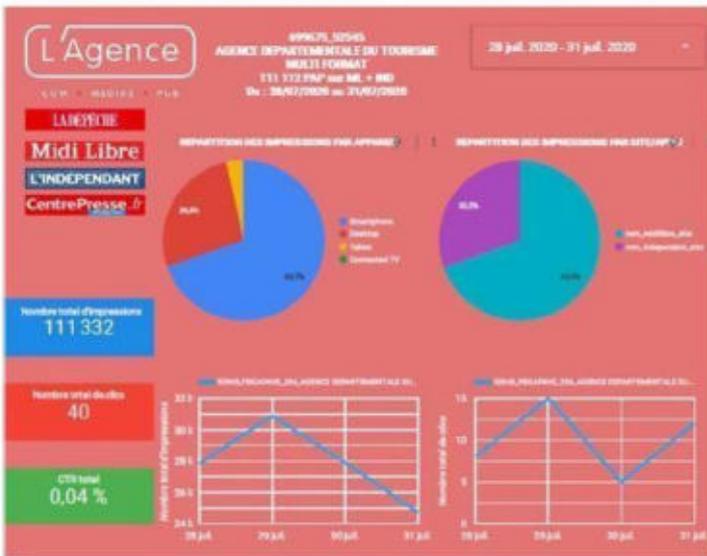
DIGITAL : EDITEURS

Campagne du 18/08 au 21/08, LA DEPECHE. Editions : Haute Garonne et Ariège





Campagne du 28/07 AU 31/07, MIDI LIBRE et L'INDEPENDANT. Editions : PO, Aude et Béziers



Campagne soutien ligne Lille / Perpignan :

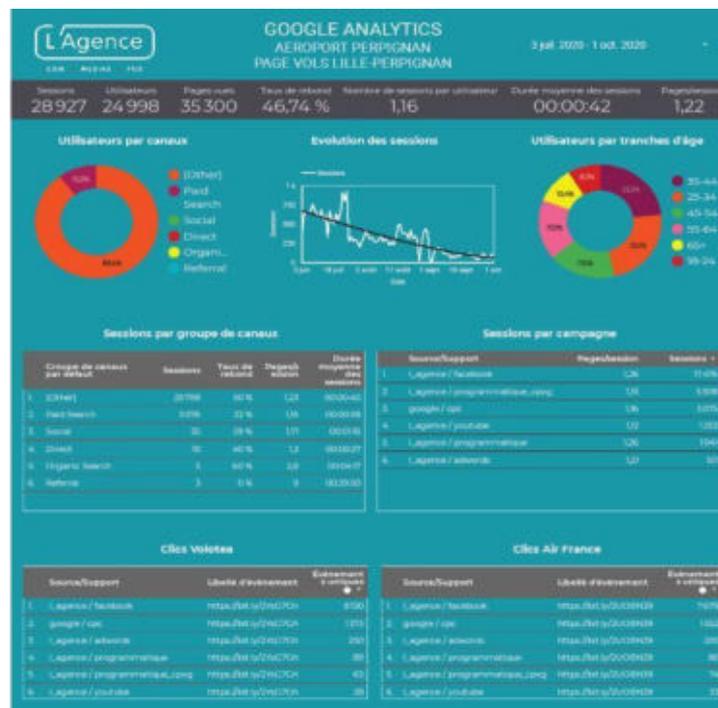
Dates : juillet à octobre 2020

Ciblage : 4 profils : couples avec enfants, couples avec ados, jeunes, seniors, Lille et sa métropole +territoires limitrophes

Supports : digitaux (réseaux sociaux de l'aéroport : Facebook, Instagram et YouTube + Google Ads) et print (insertions presse)

Partenariat : aéroport de Perpignan, OTC Perpignan Méditerranée, CRT, OTI Pyrénées-Méditerranée **Rappel du dispositif** : les visiteurs sont redirigés sur une page hébergée sur le site web de l'aéroport. Deux boutons de réservation ont été ajoutés sur cette page : Air France et Volotea.

La page dédiée a été vue 35 300 fois
21 770 clics sur le bouton Volotea
21 113 clics sur le bouton Air France



Campagne numérique Paris / La Défense :

Dates : 1^{er} au 15 juillet

Ciblage : CSP +

Support : 42 écrans parvis la Défense centre commercial Les 4 temps Spot 10 secondes « le plus beau des terrains de jeu » réalisé en interne

Diffusion toutes les 105 secondes en moyenne par totem
200 000 spots



WESTFIELD LES 4 TEMPS

15 PARVIS DE LA DÉFENSE, 92092 PUTEAUX

2^{ème} Mall de l'Île-de-France
EN TERMES DE SURFACE

CHIFFRES CLÉS

- 42M de visiteurs annuels
- 139 600m² de surface commerciale
- 236 enseignes
- Enseigne GMS / 13500m² **AUCHAN** CA annuel 180M€

ENSEIGNES PRINCIPALES

Clear Channel

Source: IRI Symphony - 04 Janvier 2024

WESTFIELD LES 4 TEMPS

15 PARVIS DE LA DÉFENSE, 92092 PUTEAUX

83 ÉCRANS

AUDIENCE 7 JOURS **491 400**

SURPRESSION

- Femmes Indice 121
- 15-24 ans Indice 162
- 25-34 ans Indice 168
- CSP+ Indice 141

AUTRES FORMATS

ECRAN DIGITAL XXL

Données de population à 5 km: 923 442 hab.

PUTEAUX

Source: IRI Symphony - 04 Janvier 2024



Campagne influenceur « Côte Catalane » :

Qorz : 598 000 followers / instagram et youtube - [@qorz](#)

Dates : juillet / août / septembre

Ciblage : France

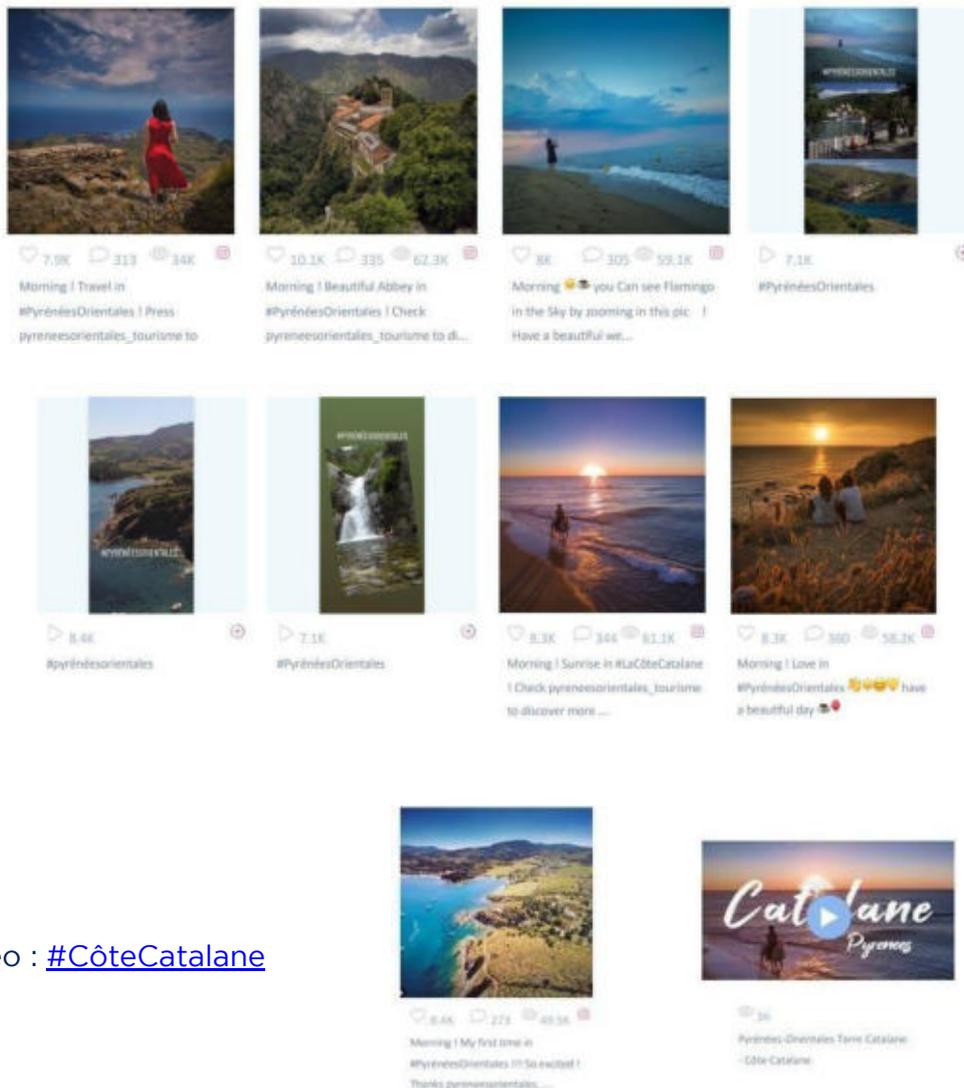
Supports : Instagram

Partenariat OT, OTC, OTI : Canet, le Barcarès, Saint-Cyprien, Argelès, Banyuls, Collioure, Torreilles, Sainte-Marie, Port-Vendres, Cerbère

Plus de 345 000 personnes touchées

LES RÉSULTATS

	Publications	Engagements	Personnes touchées	EMV (Equivalent Information Media)
	9	52.9K 1.41% (mg. 40%)	345.2K 3.9M Potential Impressions	140K€
Instagram	6	30.9K / 1.8K	224.2K	87.4K€
Instagram Stories	3	12K	27K	52.6K€
	1 Vidéo	19"25 Rushs vidéo	15 Photos libres de droits	



Vidéo : [#CôteCatalane](#)



Campagne influenceur « Pyrénées Catalanes » :

Love Live Travel : blog et 35K sur instagram + autres réseaux sociaux
 Ils voyagent avec un petit garçon de 3 ans - @love_live_travel

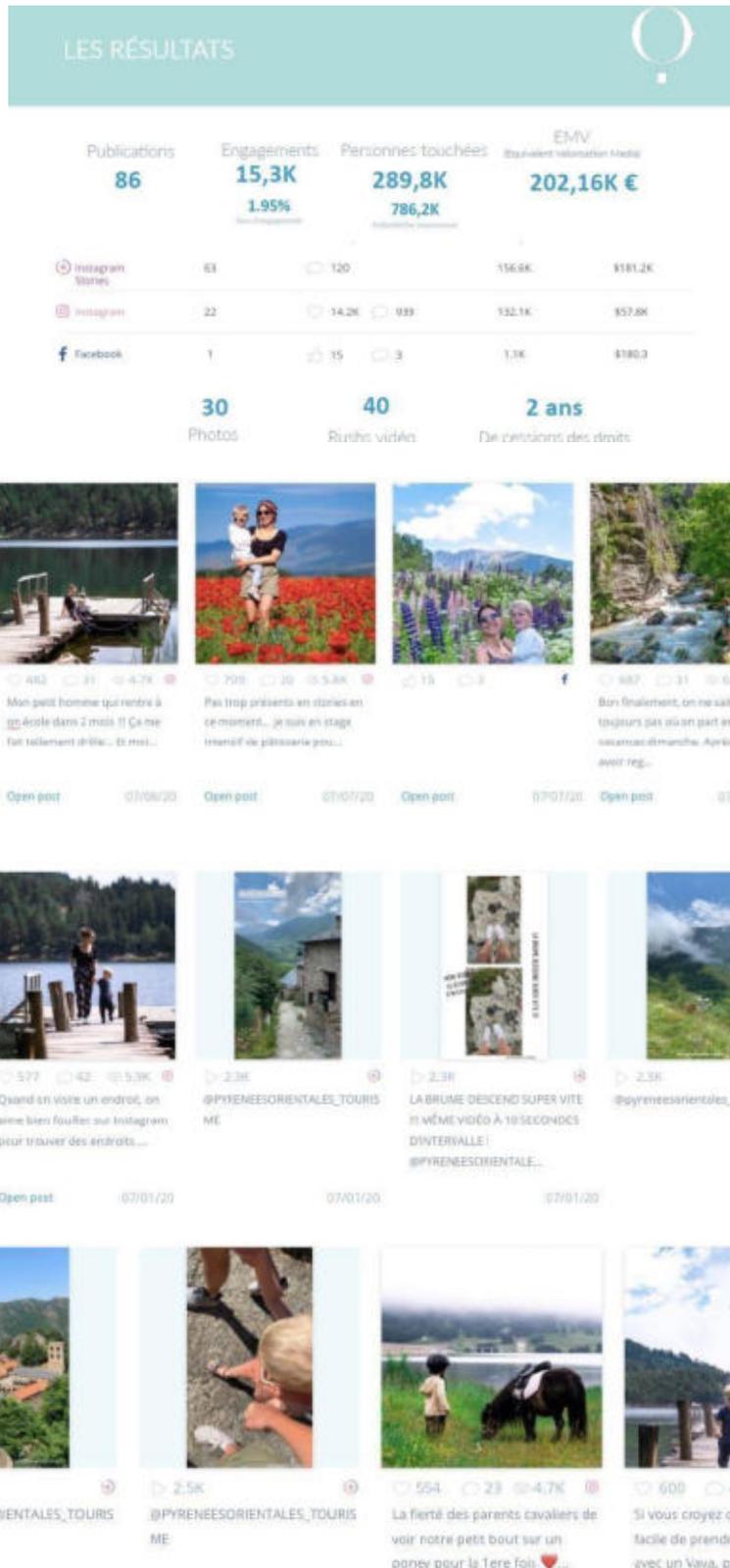
Dates : juillet / août / septembre

Ciblage : France

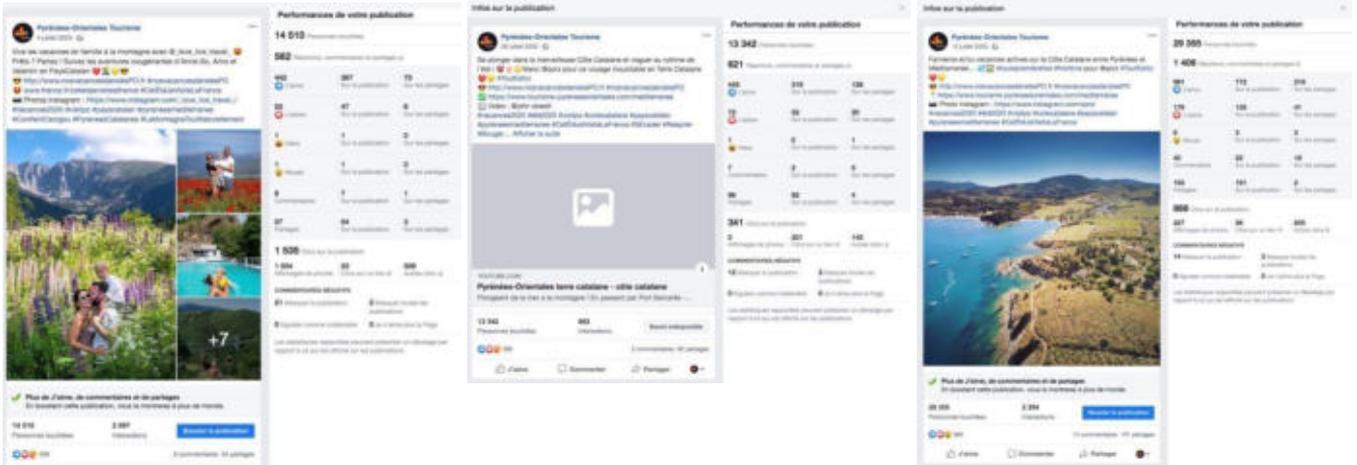
Supports : Instagram, Facebook

Partenariat : Pyrénées Cerdagne, Pyrénées Catalanes, Conflent Canigou, Neiges Catalanes

Plus de 289 000 personnes touchées



Relais sur nos réseaux sociaux



Publication carrousel
10 photos 9 934 impressions



13 200 impressions



Dispositif « Résonance Occitanie » (HPA) :

Dates : juin et juillet

Supports : réseaux sociaux (Facebook)

Partenariat : CO-HPA / CRT

Présentation du dispositif : opération de communication et de promotion des campings et de leur territoire sur les réseaux sociaux.

Interventions de l'ADT (en plus de la participation financière) :

- Envoi de photos présentant la destination pour la création de posts et articles blog
- Relais via la page Facebook de l'ADT (47 200 fans) de la page web PO hébergée le blog : <https://campingoccitanie-leblog.fr/>



Plus de 7,8 millions de personnes touchées directement par « RESONANCE »

Facebook : + de 3,7 millions d'impressions (<https://www.facebook.com/32juillet/>) YouTube : près de 35 000 vues (<https://www.youtube.com/channel/UC6hQPRHWLs1sPRTnPvWQZGQ>)

- 588,5 heures de visionnage
- 37 500 impressions
- 29 800 spectateurs uniques

Blog : + de 18 000 visiteurs (<https://campingoccitanie-leblog.fr/>) et 19 000 sessions

Au total : 7 848 541 de personnes touchées directement ou indirectement par « RESONANCE »

(Données pour l'ensemble de l'Occitanie)

210 campings participent à l'opération - 122 ont fait l'objet de création de contenus dont 24 dans les PO

FOCUS CAMPAGNE HIVER – SOUTIEN STATIONS DE MONTAGNE

En partenariat avec Les Neiges Catalanes, les communautés de communes Pyrénées Catalanes et PyrénéesCerdagne et le Département Promotion du mini site web www.destination-neigescatalanes.com sur lequel remontent les possibilités d'activités, d'animations et de restauration à emporter en montagne.

Post Facebook sponsorisé et Instagram

Infos sur la publication

Pyrénées-Orientales Tourisme
Publié par Véronique Fabre · 22 h · 43

VOS VACANCES DE NOËL À LA MONTAGNE

Et vous, vous faites quoi pour Noël ? 🎄 ❄️
Nos montagnes sont un terrain de jeu merveilleux pour vos vacances de Noël. 🌨️ 🍷
En quelques clics sur www.destination-neigescatalanes.com, retrouvez les possibilités d'activités, d'animations et de restauration à emporter. 🍷 🍷
Les professionnels s'adaptent aux mesures gouvernementales en vigueur.
#destinationneigescatalanes #noel2020 #visitPO #vacancesalamontagne #payscatalan #pyreneesmediterranee #pyreneescatalanes #neigescatalanes

Performances de votre publication

5575 Utilisateurs atteints

10 Mentions J'aime, commentaires et partages

6 partages

76 Clics sur la publication

17 Affichages de photos

16 Clics sur un lien

43 Autres clics

COMMENTAIRES NÉGATIFS

0 Masquer toutes les publications

1 Masquer la publication

0 Signaler comme indésirable

0 Je n'aime plus la Page

10 Mentions J'aime, commentaires et partages

6 partages

DIFFUSION DU CONTENU DE MARQUE

Voir la répartition

5575 Couverture totale

5575 Couverture organique

0 Couverture payée

6168 Total des impressions

6168 Impressions organiques

0 Impressions payées

1 commentaire 11 partages

J'aime Commenter Partager

Les plus pertinents

Commenter en tant que ...

Amy Fall
Puisqu'on a pas les moyen ont profitera de ces merveilles qui nous feront tout les jours rêver merci à vous.
J'aime · Répondre · Envoyer un message · 21 h

Partage d'une vidéo dédiée réalisée en interne sur Facebook et Instagram

<https://youtu.be/wewuh6JYkMc>

Campagne dans L'Indépendant

Visuels travaillés en interne

VOS VACANCES DE NOËL à la montagne

Et vous, vous faites quoi pour Noël ?

Nos montagnes sont un terrain de jeu merveilleux pour vos vacances de Noël... En quelques clics sur www.destination-neiges-catalanes.com Retrouvez les possibilités d'activités, d'animations et de restauration à emporter.

Destination Neiges Catalanes

VOS VACANCES DE NOËL à la montagne

Sur www.destination-neiges-catalanes.com Retrouvez les possibilités d'activités, d'animations et de restauration à emporter

Destination Neiges Catalanes

VOS VACANCES DE NOËL à la montagne

www.destination-neiges-catalanes.com

Retrouvez les possibilités d'activités, d'animations et de restauration à emporter

Destination Neiges Catalanes

Print édition PO : 4 insertions



20 décembre



22 décembre

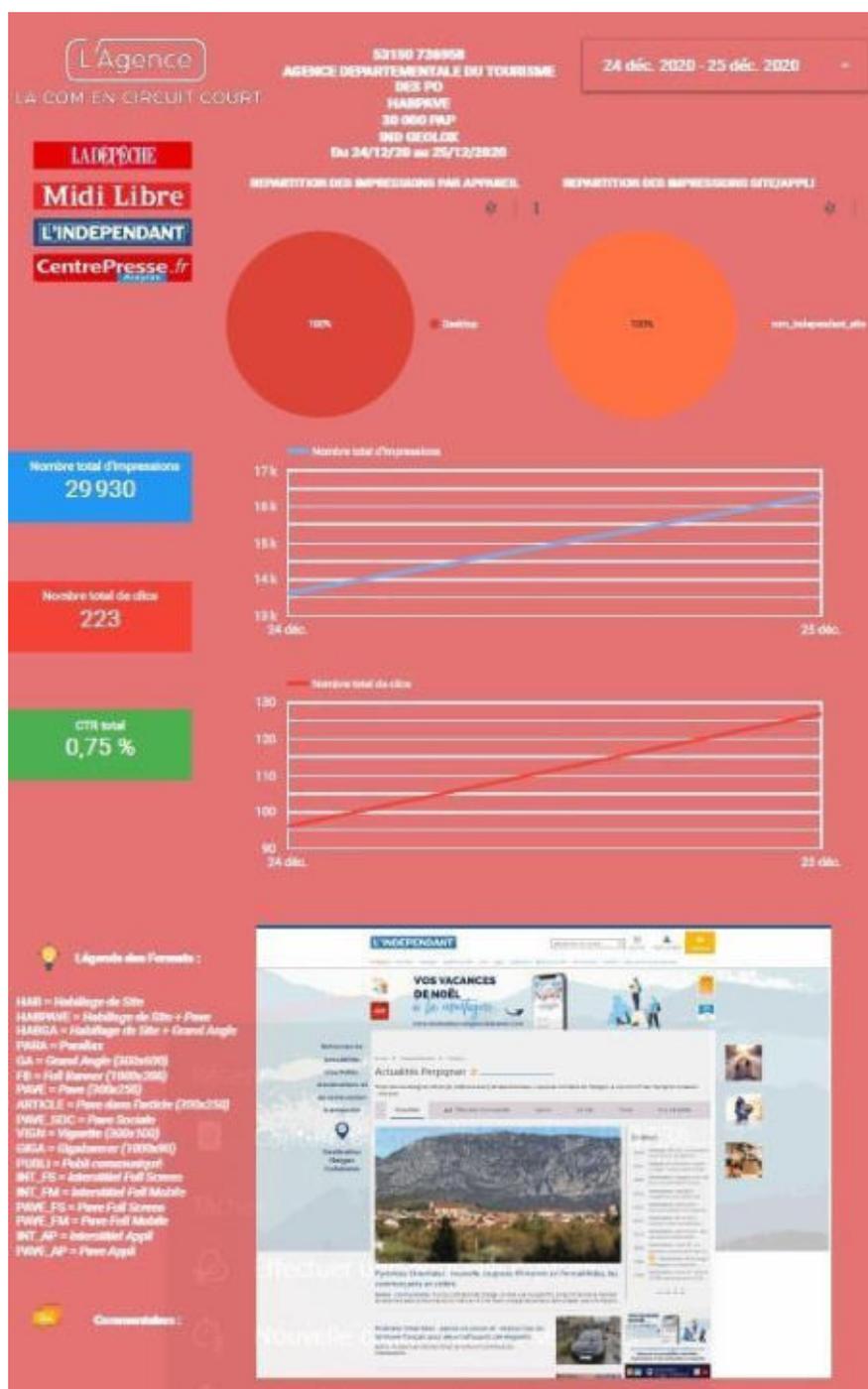


24 décembre



27 décembre





PRODUCTION MULTIMÉDIA

TEAM MULTIMEDIA

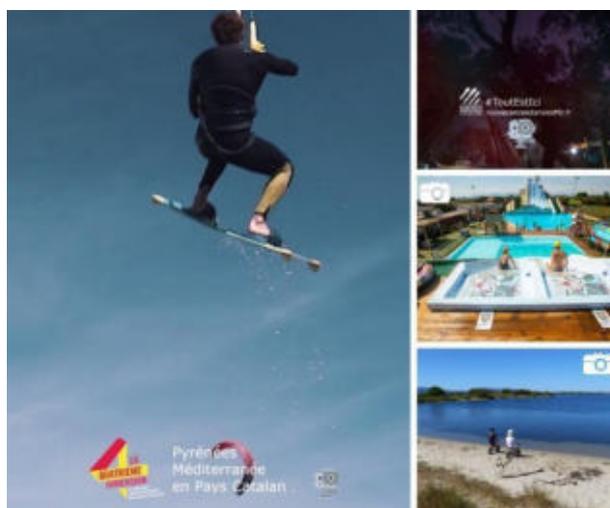
L'ADT travaille sa production de contenu « images » (photos, vidéos) pour répondre notamment à ses besoins internes (services communication, presse...), mais aussi aux attentes des touristes et des partenaires. La « team multimédia », une équipe spécialisée dans la production, le traitement de plusieurs médias, a réalisé des projets audiovisuels ou photographiques entrant dans la stratégie de communication de la destination « Tourisme & Loisirs ».

L'élaboration des reportages photos et vidéos a été faite à partir des veilles effectuées afin de coler au plus près aux des tendances.

Cette autonomie nous a permis une grande réactivité pour mettre en place des campagnes de communication de soutien et de relance de l'activité touristique, à la sortie du premier confinement. Des vidéos sur la Destination, les activités de pleine nature, les sports de glisse, la montagne été, le littoral, la culture et le patrimoine ainsi que sur l'œnotourisme et la gastronomie ont été réalisées en interne.

La team multimédia a également fourni des rushs à nos partenaires tels que CRTL Occitanie, à la Confédération Pyrénéenne du Tourisme... pour la réalisation de vidéos destinées à alimenter les réseaux sociaux, sites internet ou campagnes de communication.

En 2020, la photothèque a été enrichie permettant de fournir aux journalistes des photos actuelles. L'accent a été mis sur des clichés « ambiances » où l'humain est mis au centre. L'objectif était de saisir ces moments d'expériences tout en respectant les thématiques prioritaires de l'ADT.



Ses missions :

- Concevoir, organiser et réaliser des reportages photo, vidéo, interview et en assurer la postproduction pour les outils digitaux de l'ADT : le blog, les sites internet grand public et pro, les réseaux sociaux.
- Réaliser des reportages photos, vidéos pour couvrir les événements, les conférences... organisés par l'ADT.
- Alimenter la photothèque de l'ADT.
- Créer des éléments graphiques pour illustrer et habiller des documents imprimés, audiovisuels ou outils multimédias (vidéos, interviews, flyers, brochures, newsletter, e-mailing, power point...).
- Alimenter et animer la chaîne Youtube VisitPO de l'ADT.

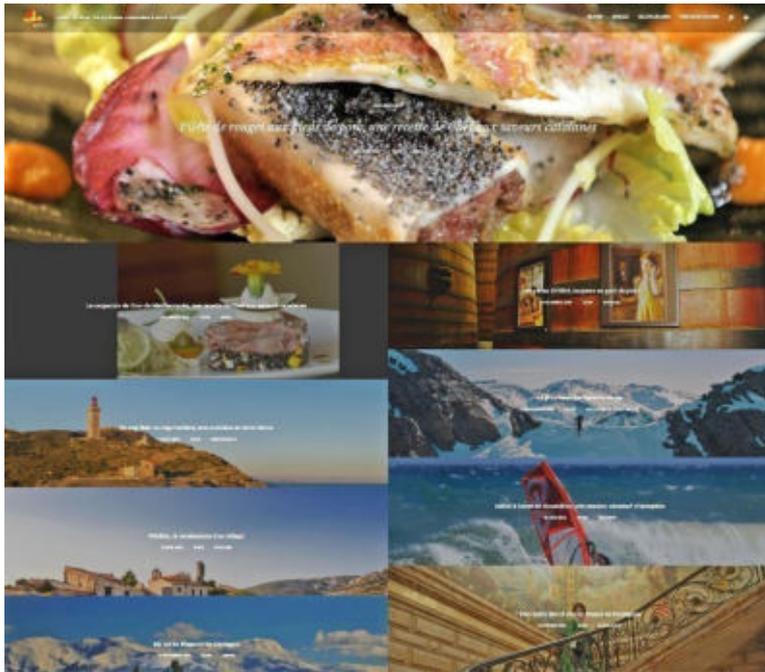


- 01 Jean Flouzeac, Président des Toques Blanches du Roussillon
VisitPO
VISIONNÉ 2:09
- 02 Michel Védines, Chef du restaurant La Littorine, Banyuls-sur-Mer
VisitPO
VISIONNÉ 1:09
- 03 Julien Blaya, Chef du restaurant La Senyera, Villefranche-de-Conflent
VisitPO
VISIONNÉ 1:06
- 04 Fabrice Dubois, Chef du restaurant La table du Capil, La Lagonne
VisitPO
VISIONNÉ 1:09
- 05 François Will, Chef du restaurant La Chaumière, Font-Romeu
VisitPO
VISIONNÉ 1:05
- 06 Laurent Lema, Chef du restaurant La Balette, Collioure
VisitPO
VISIONNÉ 1:05
- 07 Virginie NUNES, Cheffe du restaurant Le Campanile, Perpignan
VisitPO
VISIONNÉ 1:09
- 08 Olivier Bajard, Meilleur Ouvrier de France, Pâtisier, Perpignan
VisitPO
VISIONNÉ 1:18
- 09 Cédric Guichou, Chef du Restaurant La Villa Duflot, Perpignan
VisitPO
VISIONNÉ 1:05
- 10 Julien Montassit, Chef du restaurant La Coopérative, Belcasta
VisitPO
VISIONNÉ 1:04
- 11 Pascal Borrell, Chef du restaurant Le Fanal, Banyuls-sur-Mer
VisitPO
VISIONNÉ 1:18

- 01 Benjamin Bakir, Chef du restaurant Le Galie, Prades
VisitPO
VISIONNÉ 1:07
- 02 Frédéric Bacqué, Chef du restaurant L'Almandin, Saint-Cyprien
VisitPO
VISIONNÉ 0:52
- 03 Julien Boy, Chef du restaurant La table du golf, Saint-Cyprien
VisitPO
VISIONNÉ 0:57
- 04 Christian Cancel, Chef du restaurant La main à la pâte, Saint-Cyprien
VisitPO
VISIONNÉ 1:04
- 05 Gérard Desmullier, Chef du restaurant Le bistrot à la mer, Argelès-sur-Mer
VisitPO
VISIONNÉ 0:53
- 06 Florent Pasteur, Chef du restaurant Le Catalogne Café, Perpignan
VisitPO
VISIONNÉ 1:03
- 07 Alain Delprat, restaurant Le Yucca, Perpignan
VisitPO
VISIONNÉ 1:04
- 08 Benoit Janet, Chef du restaurant le Château de Riell, Molitg-Les-Bains
VisitPO
VISIONNÉ 1:03
- 09 Henri Poch, artisan boulanger, Le Couvent, Ile-Sur-Têt
VisitPO
VISIONNÉ 1:06
- 10 Sandrine Marquez, Cheffe du restaurant Le Grand Duc, Ginçols
VisitPO
VISIONNÉ 1:25

BLOG

Blog : visitpo.fr, 27 224 visiteurs, 31 015 pages vues, 648 abonnés



Bonjour !

Un nouvel article est arrivé sur le blog officiel du tourisme des Pyrénées-Orientales.
Bonne lecture !

Du cap Béar au cap Cerbère, une croisière en terre ferme

Partons chez nous en pays catalan

Et si on lançait les amarres pour une croisière imaginaire entre le cap Béar et le cap Cerbère ? Pour être dépaycé sans trop bouger. Prendre le large, les yeux au loin et les pieds sur la terre ferme. Entre ligne d'horizon et ligne de crêtes.

[Lire l'article](#)

[Partager](#) [Twitter](#)

VISITPO.FR #VISITPO

Nouveaux articles publiés

- Vive Saint Eloi et vive le grenat de Perpignan
- Hawaï à Canet en Roussillon, une session windsurf d'exception
- Du cap Béar au cap Cerbère, une croisière en terre ferme
- Le plus beau des terrains de jeu
- Le carpaccio de thon de Méditerranée, une recette de Chef aux saveurs catalanes
- Les caves BYRRH, toujours au goût du jour
- Filets de rouget aux pieds de porc, une recette de Chef aux saveurs catalanes

NOTES



AGENCE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES PYRENEES-ORIENTALES

2 Boulevard des Pyrénées

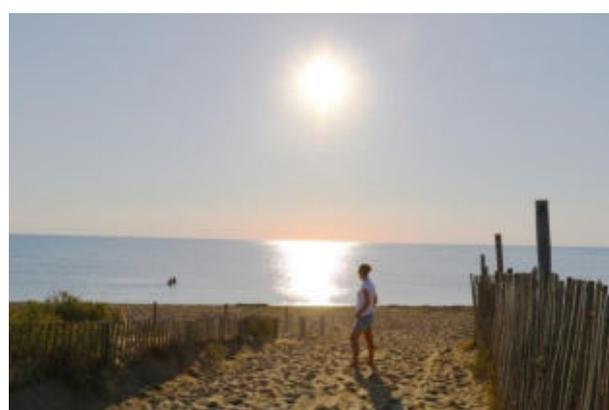
CS 80540

66005 PERPIGNAN Cedex

Tél. +33 (0)4 68 51 52 53 - info@adt66.com

pro-tourismeadt66.com - tourisme-pyreneesorientales.com - visitpo.fr

#visitpo



PYRÉNÉES MÉDITERRANÉE EN PAYS CATALAN

