

**ADT DES**

**Pyénées-Orientales**



# **Rapport d'activité 2022**

**Pyénées Méditerranée en Pays Catalan**

**S  
O  
M  
M  
A  
I  
R  
E**

**05**

DIRECTION

**09**

OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE

**12**

QUALIFICATION ET STRUCTURATION DE L'OFFRE

**16**

LABELLISATIONS

**21**

MARKETING

**28**

RELATIONS PRESSE

**41**

COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

**58**

PRODUCTION MULTIMÉDIA

## Les missions de l'ADT 66

L'Agence de Développement Touristique « Pyrénées-Orientales Tourisme » contribue à assurer, au niveau du département, l'élaboration et la promotion de produits touristiques, en collaboration avec les professionnels et les organismes concernés par le tourisme à l'échelon départemental, intercommunal, régional ainsi qu'avec toute structure locale établie à cet effet. L'ADT est chargée de mettre en œuvre la politique touristique du Département, sur la base du Schéma Départemental de Développement Touristique et des Loisirs élaboré par le Conseil Départemental. Pyrénées-Orientales Tourisme est une association loi 1901 constituée d'une équipe structurée en 8 Pôles de compétences. Nos missions sont :

### Pour les professionnels, les collectivités et les porteurs de projets :

- Fédérer et animer les professionnels du tourisme
- Observation statistique et économique, veille
- Évaluation des retombées de l'activité touristique
- Accompagnement des porteurs de projets
- Qualification de l'offre et développement de filières
- Développement et animation de démarches qualité
- Appui technique et assistance à la maîtrise d'ouvrage
- Formation et accompagnement des professionnels

### Pour les destinations touristiques départementales :

- Promotion online et offline pour développer la notoriété de la destination
- Présence sur les salons
- Relations presse
- Opérations de marketing tout au long de l'année

## Les pôles



## Les services de l'Agence de Développement Touristique



**Observatoire**  
**Pierre Anglade**  
Responsable de service

→ 2 personnes



**Presse**  
**Ghislaine Coronat**  
Responsable de service

→ 3 personnes



**Qualification/SIT**  
**Isabelle Trochain**  
Responsable de service

→ 5 personnes

**Rémy Vernier - Directeur**



**Pôle Direction** → 6 personnes



**Labellisations**  
**Corinne Cazorla**  
Responsable de service

→ 2 personnes



**Communication**  
**Isabelle Sobraquès**  
Responsable de service

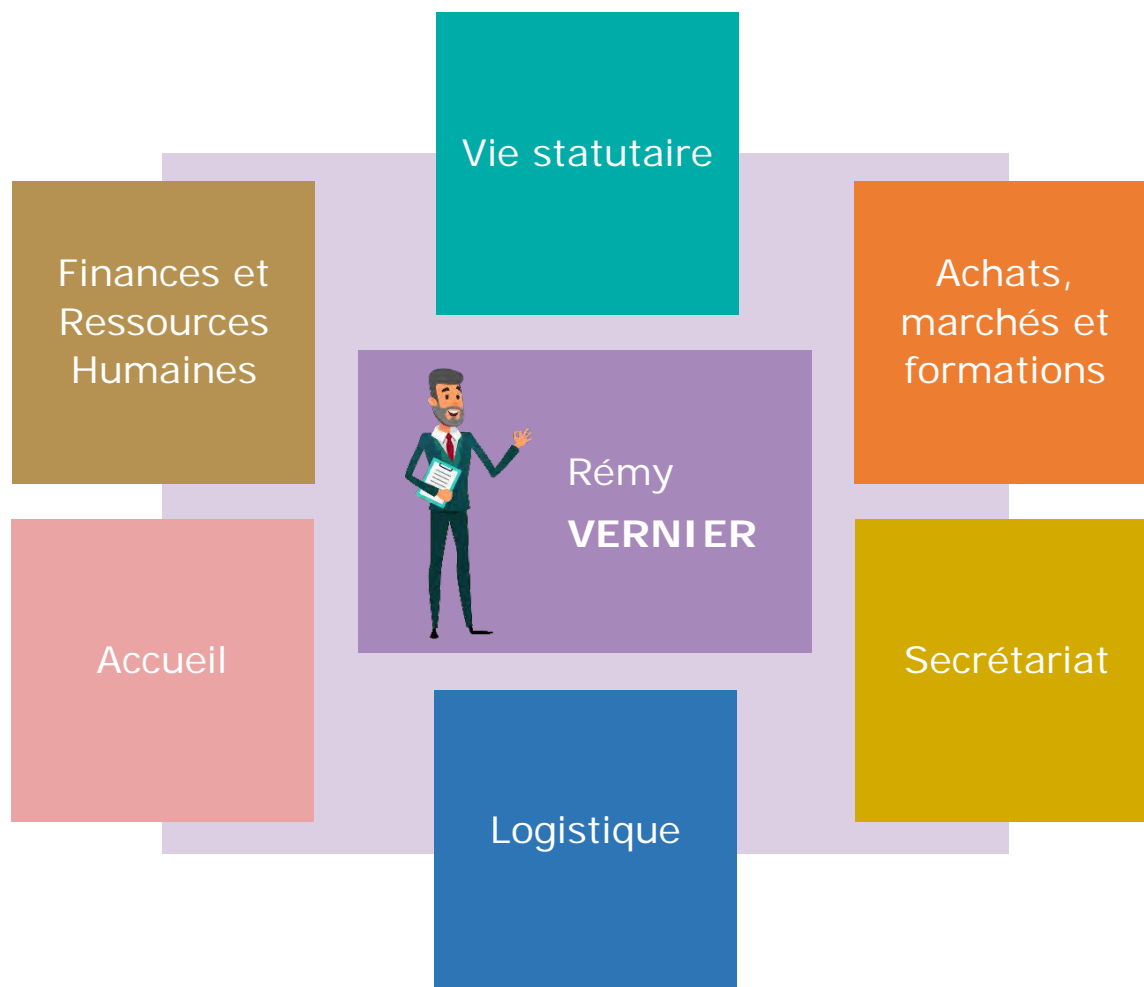
→ 6 personnes



**Marketing**  
**Pascale Gimenez**  
Responsable de service

→ 5 personnes

## Pôle Direction



### Notre équipe :

Rémy Vernier - Directeur

Corinne Sola, Dany Guillot, Kader Djalout, Géraldine Groison, Chantal Ligi, les 4 BTS alternants.

## 1. Vie statutaire de l'ADT

### Conseil d'Administration – 05/04/22

- Bilan et perspectives des 5 réunions Groupes de travail Février 2022 et propositions d'ajustements du Plan d'Action 2022

### Conseil d'Administration – 07/06/22

- Présentation du rapport d'activités 2021
- Présentation des comptes de l'exercice 2021
- Arrêté des comptes de l'exercice 2021

### Assemblée Générale – 21/06/22

- Rapport de gestion du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale
- Approbation du Rapport moral de la Présidente / Rapport d'activité 2021 arrêté par le Conseil d'Administration du 7 juin 2022
- Lecture du rapport général du Commissaire aux Comptes
- Approbation des comptes de l'exercice 2021 clos le 31 décembre 2021
- Approbation du Plan d'action et du budget prévisionnel 2022 arrêté par le Conseil d'Administration du 7 décembre 2021

### Réunion Bureau - 30/09/22

- Présentation des chiffres et de la fréquentation touristique été 2022

### Conseil d'Administration – 06/12/22

- Présentation Plan d'action 2023
- Proposition d'orientations budgétaires 2023

## 2. Participation dans le cadre de la Stratégie Départementale du Tourisme et des Loisirs 2023-2028

### Réunions groupes de travail avec membres AG :

- groupe « Accueil des touristes sur le territoire » 18/02/22 – CCI Perpignan / 23 participants
- groupe « Club MICE-tourisme d'affaires – événements » 10/02/22 - Palais des Congrès Perpignan / 18 participants
- groupe « Gastronomie, restauration, produits locaux » 18/02/22 - Maison des Vignerons – Perpignan / 14 participants
- groupe « Structuration des loisirs » 08/02/22 - Espace Christian Bourquin - Perpignan / 22 participants
- groupe « Outils » 17/02/22 - UMIH / 14 participants

### Réunions EPCI

#### Réunion de Concertation Offices de Tourisme 18/05/22

#### Réunions Ateliers Territoriaux

- 28 novembre à 17h00 - Mairie - MOLITG-LES-BAINS
- 29 novembre à 09h30 - Centre de loisirs - MAURY
- 29 novembre à 17h00 – Musée d'Art Moderne - CÉRET
- 14 décembre à 09h30 - Maison de la Catalanité - PERPIGNAN
- 14 décembre à 17h00 - Caves Byrrh – THUIR

### 3. Secrétariat de Direction - Gestion Administrative - Achats/marchés - Formation RH

- Gestion du courrier et de l'agenda de la direction.
- Coordination ADT/Département et 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 : 3 nouveaux marchés, 7 reconductions de marchés, tableau récapitulatif des Accueils Presse.
- Suivi et mise à jour du règlement des achats de l'ADT (procédures, seuils).
- Gestion des formations des salariés : mise en place, suivi budgétaire, inscriptions : 3 formations, 8 salariés concernés, 67 heures.
- Mise à jour de fichiers divers.

### 4. Accueil

- Gestion et Affranchissement du courrier ADT.
- Accueil physique et téléphonique des professionnels et institutionnels du Tourisme.
- Gestion et diffusion de la revue de presse professionnelle à l'ensemble du personnel
- Gestion des demandes de candidatures.
- Gestion du bordereau « Fêtes et Manifestations » (plus de 6.000 événements qualifiés en 2022, présentés sur le site web grand public de l'ADT et du CRTLO).
- Apprentissage et formation des BTS Tourisme.
- Présence en opérations extérieures (événement « Valeurs en fête », Bourses d'échanges de documentation touristique, divers salons).
- Préparation de commandes de documentation en nombre (professionnels).
- Traitement des demandes de documentation.

Mode de contact	Nombre demandes
Téléphone	181
Web	1.043
Total	1.262

### 5. Logistique

#### Gestion et suivi des commandes fournisseurs

- Engagement de la procédure d'achat appropriée.
- Définition des besoins/rapprovisionnement.
- Réception et contrôle des commandes lors de la livraison.

#### Relations fournisseurs

- Gestion et suivi des bordereaux pour enlèvement des colis (diffusions brochures pour salons et workshops).
- Suivi des abonnements et consommation (autoroute - carburant).
- Contrôle validation des factures pour la comptabilité.
- Suivi des révisions et entretiens des 3 véhicules de service et véhicule direction.
- Gestion et suivi des interventions sur site (photocopieur, nettoyage).
- Demandes de devis pour le matériel et les fournitures (hors petite fourniture de bureau).
- Lancement des commandes de fournitures.



Relations avec les services du Département

- Demandes et suivis d'interventions en lien avec les services (DLB, DSI, Communication etc.).
- Demande de réservations de salles pour les réunions statutaires.
- Suivi de la gestion de la sécurité des locaux par les services du Département.
- Diffusion des éditions aux structures publiques et privées

Quantités	Intitulé édition	DESCRIPTION
30.000	Cartes rando 2022/2023	Pour les structures publiques du département.
47.100	Cartes Tourisme et Loisirs 2021-2022	Pour la Bourse d'Echanges à Canet-en-Roussillon.
2.000	Cartes vélos 2021-2022	
2.500	Cartes randos 2022-2023	
17.400	Cartes T&L 2021-2022	Pour la Bourse d'Echange à Font-Romeu.
99.900	Cartes Tourisme et Loisirs 2022-2023	Pour les structures publiques du département et organismes divers.
430	Chiffres clés 2021 (édition 2022)	
135.840	Pass Découvertes (édité par le CD66)	Pour les structures publiques/privées du département, et les partenaires du Pass.

Gestion interne

- Recensement du parc informatique (PC, tablettes, portables) et téléphonie mobile.
- Organisation des évènements de circonstances pour réunions, réceptions (demandes de devis, confirmation commandes).
- Commandes de denrées, cadeaux etc. et collecte des besoins en achats de fournitures.
- Réception des commandes liées aux fournitures de bureau et consommables.
- Traitement des litiges de livraison liés aux fournisseurs.
- Inventaire stock et pilon pour le service comptabilité.
- Gestion du planning des véhicules de service.

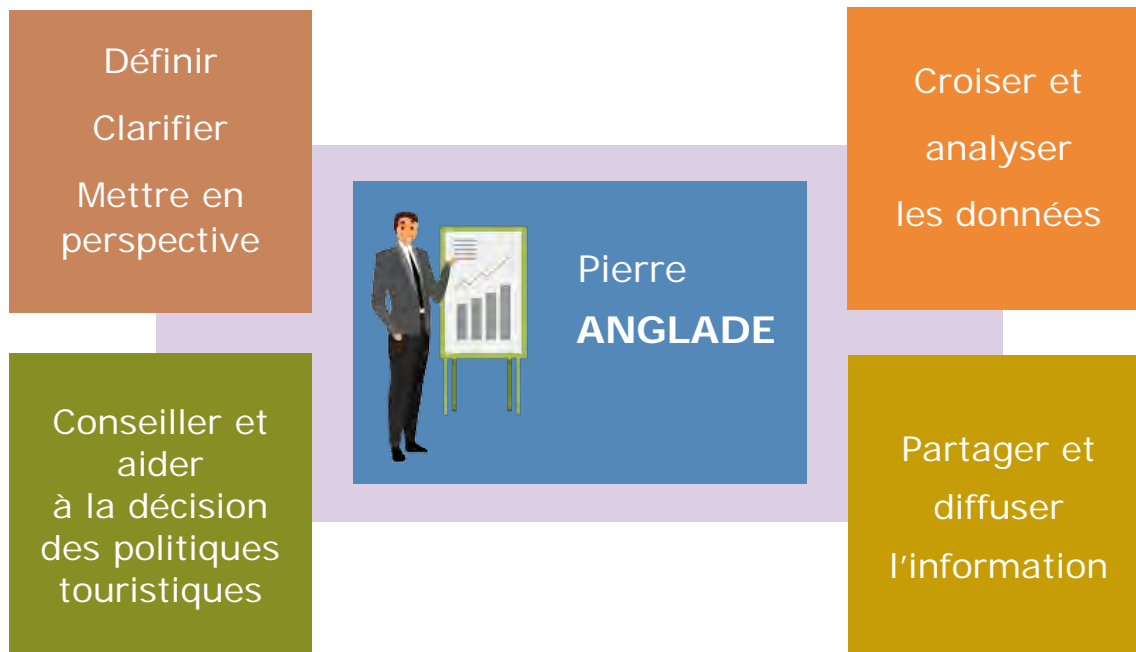
**6. Comptabilité - Finances - Gestion Ressources Humaines**

- 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.
- Suivi et contrôle de l'exécution des contrats et conventions.
- Comptabilité générale de la structure.
- Gestion des imputations analytiques pour la présentation sur les pôles de l'ADT.
- Coordonner les outils extracomptables pour la clôture d'exercice.
- Assurer les relations avec le cabinet d'expert-comptable, le cabinet d'avocats et celui du commissaire aux comptes.
- Assurer le suivi du planning.
- Gestion des congés payés, des RTT, des tickets restaurants.

**Contact** : Rémy VERNIER – 04 68 51 52 84 – [corinne.sola@adt66.com](mailto:corinne.sola@adt66.com)



**Pôle Observatoire et Prospective**



**Notre équipe :**

Pierre Anglade - Responsable de service  
Amandine Bréa

## Nos missions

L'observatoire a pour vocation d'avoir un regard analytique et de débiter un diagnostic touristique. Il vise à définir et à évaluer les retombées économiques, à mesurer la fréquentation touristique sur un ou plusieurs secteurs géographiques, champs touristiques etc.

L'objectif est de chercher à comprendre les dynamiques à l'œuvre dans le secteur des loisirs et du tourisme, les comportements des touristes, clients ou consommateurs sur les marchés ciblés. L'observatoire est un outil d'aide à la décision pour des décideurs (politiques, publics, privés).

## Nos fonctions détaillées

- La collecte de l'information avec une connaissance fine et exhaustive du terrain, une animation du terrain à travers un réseau.
- Le croisement et analyse des données recueillies par le biais d'enquêtes, d'études, d'entretiens.
- Le partage de ces données avec un réseau d'experts.
- La diffusion de l'information à travers des publications, un site web professionnel, des chroniques, des conférences.
- L'orientation des politiques touristiques grâce à une multitude d'indicateurs. Cette orientation se retrouvera dans un document cadre. La veille et la prospective pour détecter les évolutions, alerter et proposer des correctifs si le besoin s'en fait sentir.

Nos partenariats publics et privés permettent d'atteindre les objectifs suivants :

- La recherche de données robustes avec de longues séries statistiques. Elles reposent sur les services de l'INSEE, Atout France, la DGE, la SNCF, l'aéroport, les autoroutes, les services des routes, le cabinet d'étude F. Marchand etc.
- La recherche d'enquêtes « Flash » pour éclairer un secteur d'activité donné, une thématique particulière (CRT, ADT, CCI, Communautés de Communes, Offices de Tourisme, Cabinet 4V, E. Maurence, Sofres, Ipsos etc.).

## Dispositif d'observation de conjoncture touristique

Créé depuis plus de 30 ans, le dispositif d'observation de conjoncture touristique ne cesse de s'améliorer et de répondre aux besoins des professionnels. Le traitement des données est de plus en plus fin. Il évalue au mieux les politiques touristiques mises en place. La dernière nouveauté est la création d'un baromètre de conjoncture touristique unique en France : [Flux Vision Tourisme](#). Reposant sur les données issues du dispositif développé par Orange depuis 2019 dans le cadre d'un contrat national, l'ADT dispose de « data » touristiques tous les deux mois qui permet de suivre les dynamiques de fréquentation au niveau départemental mais aussi sur \*6 infra-zones départementales (données disponibles sur notre site Pro).

Ces \*6 infra-zones ont des caractéristiques propres donc différentes : plus d'excursionnistes pour certaines, plus de touristes pour d'autres, plus d'étrangers etc. En résumé, ce baromètre de conjoncture nous permet de connaître les tendances de fréquentation et les origines des clientèles. Ce travail, ces analyses font l'objet d'un partenariat avec le cabinet Eric Maurence qui modélise les documents mis en ligne tous les deux mois sur notre site Pro.

\* Côte catalane, Perpignan, Albères Vallespir, Conflent Aspres Roussillon, Agly Fenouillèdes, Pyrénées Catalanes.

## Les Pyrénées-Orientales en chiffres clés

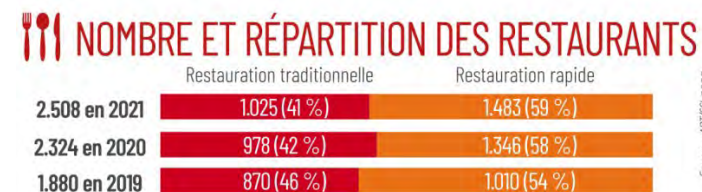
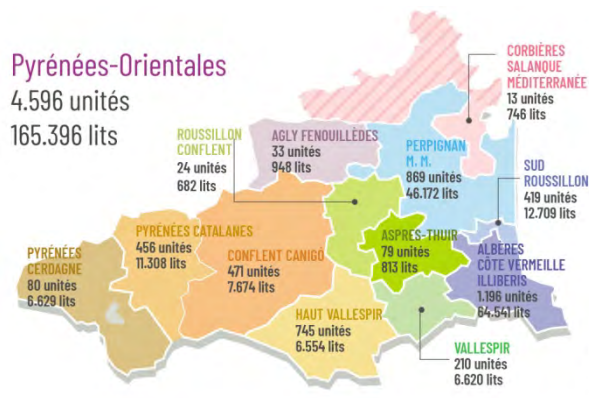
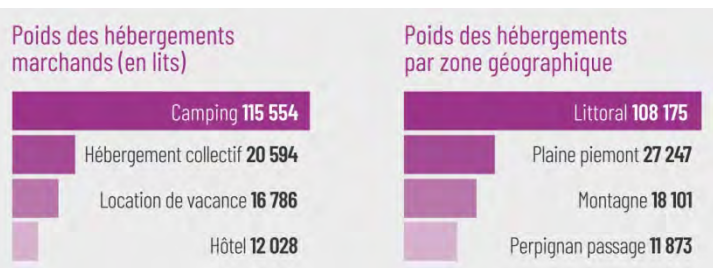
- 10 stations balnéaires - 5 stations thermales - 8 domaines skiables
- 7<sup>ème</sup> département Français et 2<sup>ème</sup> département touristique après la Haute-Savoie (rapporté à la population permanente, source Insee)
- 1.2 Milliard de consommation touristique et 10.600 emplois salariés liés au tourisme<sup>1</sup> (10,7% de l'emploi salarié marchand du département)
- 641.000 lits touristiques marchands et non marchands :
  - 165.000 lits dans les \*hébergements marchands (dont 60% dans l'hôtellerie de plein air)
  - 476.000 lits dans les \*\*hébergements non marchands (dont 40% de résidences secondaires)
  - \*Hôtels, campings, hébergements collectifs, meublés et chambres d'hôtes - \*\*Résidences secondaires et principales
- 30.27 Millions de nuitées touristiques marchandes et non marchandes :
  - 87% de nuitées françaises
  - 13% de nuitées étrangères

<sup>1</sup>INSEE (DADS-DSN) 2018  
<sup>2</sup>Etude François Marchand  
<sup>3</sup>Données FluxVision Tourisme

### ⇒ Chiffres clés 2022

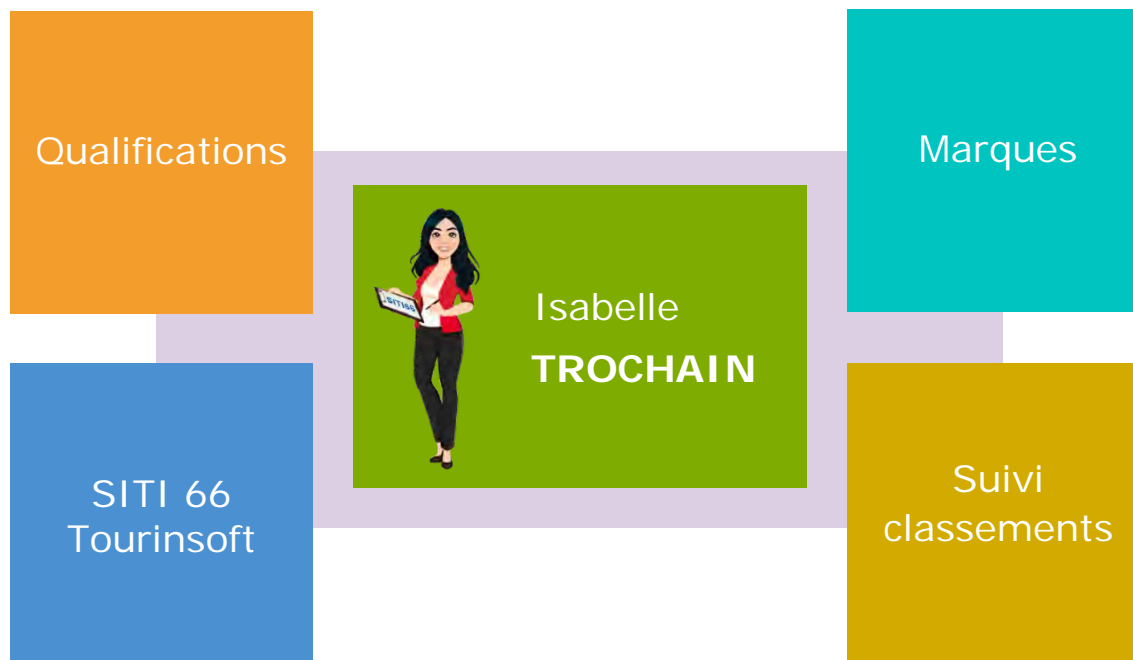
7,2 millions de visiteurs : 3,4 millions de touristes et 3,8 millions d'excursionnistes

Durée moyenne du séjour : 8 jours



Contact : Pierre ANGLADE - 04 68 51 52 78 - [pierre.anglade@adt66.com](mailto:pierre.anglade@adt66.com)

## Pôle qualification et structuration de l'offre et système d'information touristique (SITI66)



### Notre équipe :

Isabelle Trochain - Responsable de service

Christine Butin, Brice Barrère, Amélie Loève, Lolita Rey Ojalvo

## Pôle qualification et structuration de l'offre et système d'information touristique (SITI66)

44 structures

315 utilisateurs

30.637 offres touristiques

47 sessions de formation

### Nos missions

Nous avons pour vocation de développer et qualifier l'offre touristique, professionnaliser les acteurs, animer les réseaux de professionnels. Pour cela, nous travaillons au développement et à l'animation de filières de qualité ainsi que sur la qualité des données touristiques.

### Marque Qualité Tourisme et Qualité 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.

- 217 labellisés Qualité Tourisme Occitanie Sud de France dans les Pyrénées-Orientales fin 2022.
- 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'Agence de Développement Touristique, les Offices de Tourisme indépendants, communautaires ou intercommunautaires et les territoires.
- Objectif d'augmentation du nombre de labellisés en lien avec les OTI et OT impliqués dans le développement de la marque.
- Suivi d'une rubrique spécifique sur le site pro de l'ADT : informations et suivi de la marque.
- Sensibilisation spécifique par filière, suivi des labellisés.

### Qualifications



#### Qualification vélo

- 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.
- Développement itinéraires cyclables : participation aux comités techniques autour de la V81 et de la revalorisation de l'itinéraire de la route des Cols.
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte « vélo », édition 2022/2023
- Suivi 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.

## Pôle qualification et structuration de l'offre et système d'information touristique (SITI66)

### Qualification randonnée pédestre

- Travail collaboratif avec le Département pour la mise en valeur des itinéraires pédestres (PDIPR), les EPCI et les offices de tourisme.
- Mise en place de lien entre la base de données touristique et le site Rando66 (offres touristiques positionnées autour des itinéraires valorisés.)
- Qualification des professionnels de la randonnée
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte « rando », édition 2021/2022.

### Qualification patrimoine

- Travail collaboratif avec le Département sur le suivi qualitatif et la mise à jour des informations pour les sites du Pass Découvertes 66.
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte Touristique, édition 2021/2022.

### Suivi des classements des hébergements touristiques et des meublés de tourisme

- Suivi d'une rubrique spécifique [classements](#) sur le site pro de l'ADT.
- 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.

### Informations dédiées sur le site pro

- Travaux de qualification sur les thématiques de la randonnée pédestre, du VTT et cyclo.
- Rubrique [vélo](#) : informations sur les itinéraires et la structuration de l'offre.
- Valorisation des [labels et marques](#) : structure et qualité des données, continuité de la démarche de qualité des données de la base en lien avec les offices de tourisme et le CRTL dans le cadre du déploiement de son réseau régional d'information touristique. 38 publications sur les labels touristiques.
- Rubrique sur le Pass Découvertes (en lien avec le Département).
- Rubrique (en cours de développement) sur les hébergements touristiques.

## Pôle qualification et structuration de l'offre et système d'information touristique (SITI66)

### Le Système d'Information Touristique (\*SITI 66)

#### Structuration, qualification de la base de données informatisée

- Suivi des conventions entre l'ADT et les contributeurs et/ou utilisateurs de la base de données départementale (renouvellement des annexes annuelles).
- Suivi de la base de données qualification et travail d'harmonisation de la base de données.
- Calendrier de formations pour les utilisateurs du réseau « Les Mardis du SITI » : 47 sessions en 2022.
- Organisation d'un séminaire des utilisateurs du système d'information touristique (MEM Le Boulou) : présentation des évolutions de l'outil, du CRTL Occitanie et de IADT du Lot.



#### Maintenance, assistance technique du Système d'Information Touristique

- Maintenance et assistance technique auprès des structures adhérentes au SITI (44 structures représentant 315 utilisateurs).
- Hotline.
- Aide technique à l'alimentation des sites web des structures (plus de 60 sites alimentés) : suivi des alimentations web entre la base de données et les sites, nouvelles alimentations, actions correctives.
- Alimentation du site régional (CRTL Occitanie).
- Intégration des données des hébergements labellisés Gîtes de France et Clévacances via des passerelles.
- Partenariat Datatourisme (base nationale de collecte des données touristiques).
- Interventions pour les partenaires sur l'alimentation d'Api spécifiques : Outdoor Travel, Cirkwi, Le Coq Trotteur, Weebnb, Azimut etc.

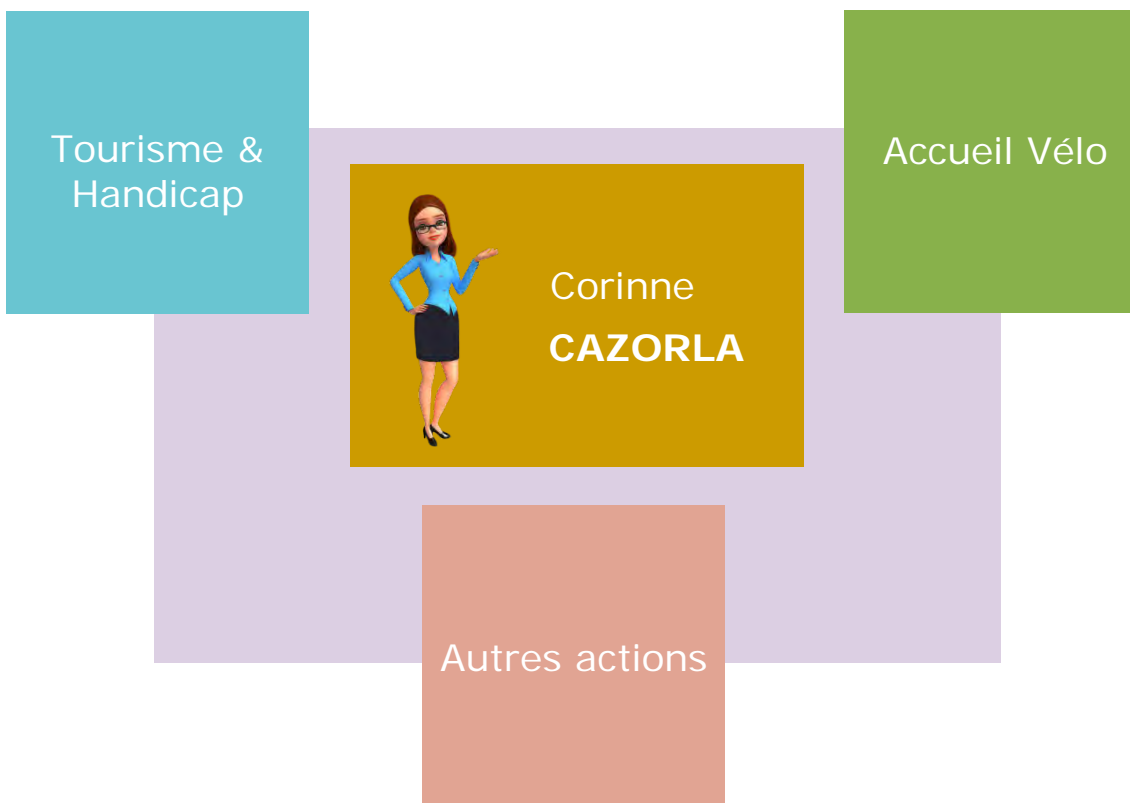
#### Développement du Système d'Information Touristique

- Développement des collectes directes via les professionnels (VIT).
- Pour les partenaires contributeurs, ouverture d'un accès réservé sur le site pro.

\*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 un réseau composé de différents contributeurs (Offices de Tourisme, CCI, Fédération Tourisme de Terroir etc.). 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 etc.).

En 2022, la base de données des Pyrénées-Orientales réunissait 30.637 offres touristiques. Avec 23.857 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 etc.), prestataires d'activités, producteurs de terroir, agences immobilières, offices de tourisme, commerces et services. On compte 6.780 fêtes et manifestations enregistrées en 2022.

## Pôle labellisations



### **Notre équipe :**

Corinne Cazorla - Responsable de service  
Annouck Forcadell



## Pôle labellisations

### Nos missions

Le Pôle labellisations a pour objectif d'informer, de sensibiliser, de conseiller et d'accompagner les prestataires ou socio-professionnels demandeurs de marques ou de labels : Tourisme et Handicap, Accueil Vélo, Chambre d'Hôtes Référence. Nous effectuons des visites pour l'étude des critères techniques et nous faisons la promotion de ces différents marques ou labels sur le terrain, lors de réunions de sensibilisation et sur nos sites web.

### 1. Marque Tourisme et Handicap

#### 1.1 Visites de labellisation

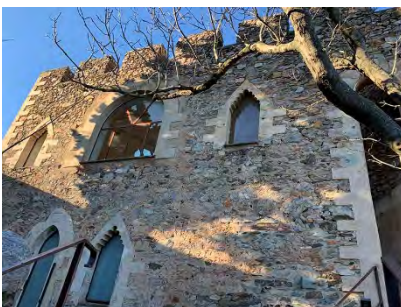
28 visites de labellisation ont été effectuées sur des hébergements (meublés et chambres d'hôtes, gîtes de groupe) des Bureaux d'information Touristiques, des OTI, des sites de visites (dont 3 du Département).

Fin 2022, 26 dossiers ont été présentés devant les 6 Commissions Interdépartementales Est-Occitanie dont 11 nouvelles structures.

Fin 2022, ce sont 75 structures qui sont marquées « Tourisme & Handicap ».



Maison Hameau de la Plage  
Sainte Marie La Mer



Château de Castelnou



Village de Gîtes Alter Ego Marquixanes



Durant le second semestre, un travail sur la future gouvernance de la CITH Est Occitanie (gouvernance tenue par l'ADT de l'Hérault de 2019 à 2022) a été mené par les référents TH et fin 2022 les ADT de l'Aude et des Pyrénées-Orientales se sont positionnés pour être référents territoriaux de cette commission auprès de la DGE, d'ADN Tourisme et d'ATH France pour une période de 2 ans.

### 1.2 Brochure départementale « Tourisme & Handicap »

Durant toute l'année, une E-Brochure recensant tous les sites marqués « Tourisme & Handicap » avec une liste de partenaires de l'ADT des PO et des informations « Handiski Montagne » est mise à jour et envoyée à tous les OTI(s)/OTC et BIT(s) du département et diffusée lors de différentes réunions et salons spécifiques sur l'accessibilité.

Parallèlement, face à une demande régulière, une E-Brochure a vu le jour : Le guide des plages accessibles. Ces documents sont une source d'informations pour les publics en situation de handicap ainsi que pour les Offices de Tourisme qui sont demandeurs de ce type d'information.

### 1.3 Tourisme Accessible et « Destination Pour Tous »

Régulièrement, des réunions régionales initiées par le CRTLO se sont tenues en visioconférence ou en présentiel avec comme sujets abordés :

- Le bilan régulier des Commissions Tourisme & Handicap Est et Ouest Occitanie,
- Les retours des techniciens sur la nouvelle application AMNT (Application Nationale des Marques du Tourisme) mise en place en Avril 2021.
- La valorisation des offres touristiques marquées sur le site web du CRTLO.
- Les formations (retour sur les formations effectuées, sur les besoins pour les OT etc.)
- Des questions diverses : accessibilité des gares d'Occitanie, valorisation des offres repérées accessibles avec les remontées des ADT/CDT.
- La préparation des Journées Nationales du Handicap qui ont lieu chaque année en Avril de concert avec ATH France ainsi qu'une Newsletter pour les coups de cœur sur les musées et sites de la CITH Est Occitanie.
- La présentation du dispositif « Destination pour Tous » pour la ville de Toulouse (présentation du périmètre de candidature, l'offre tourisme et loisirs accessibles, voirie et transports etc.) qui a obtenu la labellisation niveau Or.
- Proposition des « Fabuleux Voyages » accessibles sur les 4 territoires de la Région : Littoral, Campagne, Montagne et Ville.

### 1.4 Sensibilisation

En 2021, le service Patrimoine du Département et l'ADT des P-O ont amorcé un travail de mise en accessibilité des sites patrimoniaux en vue de l'obtention de la Marque « Tourisme & Handicap » sur le Château Royal de Collioure, Le Prieuré de Serrabone et le Château de Castelnou. Début 2022, une journée de formation sur l'accueil des personnes en situation de handicap a eu lieu à la Maison de la Catalanité à destination des agents du Conseil Départemental. Les marques « Qualité Tourisme » et « Accueil Vélo » ont aussi été abordées. En mars 2022, une journée d'échange au Palais des Rois de Majorque a eu lieu avec comme thème « L'inclusion et l'accessibilité culturelle » - dans le but d'un projet transfrontalier.

## Pôle labellisations

### 2. Marque Accueil Vélo

#### 2.1 Visites de labellisation

La Marque « Accueil Vélo » est une marque nationale qui garantit un accueil, des services et des équipements spécifiques adaptés au besoin des touristes à vélo le long des itinéraires cyclables. Durant l'année 2022, 38 visites de labellisation (primo-visites et visites de maintien de labellisation) ont été effectuées sur des hébergements tous confondus, des sites de visite, de loueurs et réparateurs de vélos, des Offices de Tourisme ou Bureaux d'Informations Touristiques.



Fin 2022, quelques 25 établissements ont obtenu la marque « Accueil Vélo » sur les 2 principaux itinéraires cyclables : l'Euro Vélo 8 (La Méditerranée à Vélo) et Pirinexus, ainsi que sur la voie verte de l'Agly. Ce qui porte à 152 le nombre de structures marquées « Accueil Vélo » fin 2022.



Gîte d'étape l'Azimut - Les Angles



BIT de Rivesaltes



Loueur Réparateur – Argelès-sur-Mer



Camping La Sardane – Argelès-sur-Mer

Toutes ces structures sont mises en avant sur une E-brochure (guide Accueil Vélo) mise à jour régulièrement et insérée dans le [site pro](#) de l'ADT et le [site grand public](#).

## Pôle labellisations

### 2.2 Réunions diverses

Plusieurs réunions autour du vélo ont eu lieu durant cette année avec les offices de tourisme, le CRTLO, les socio-professionnels, les services du Conseil Départemental, l'ADEME et ADN etc.

### 3. Chambres d'Hôtes Référence

Mise en place par ADN Tourisme, « Chambre d'Hôtes Référence » apporte la possibilité aux chambres d'hôtes non labellisées de garantir à leurs clients la qualité de leur prestation tout en contribuant à l'amélioration de la qualification de l'offre d'hébergement touristique de la destination

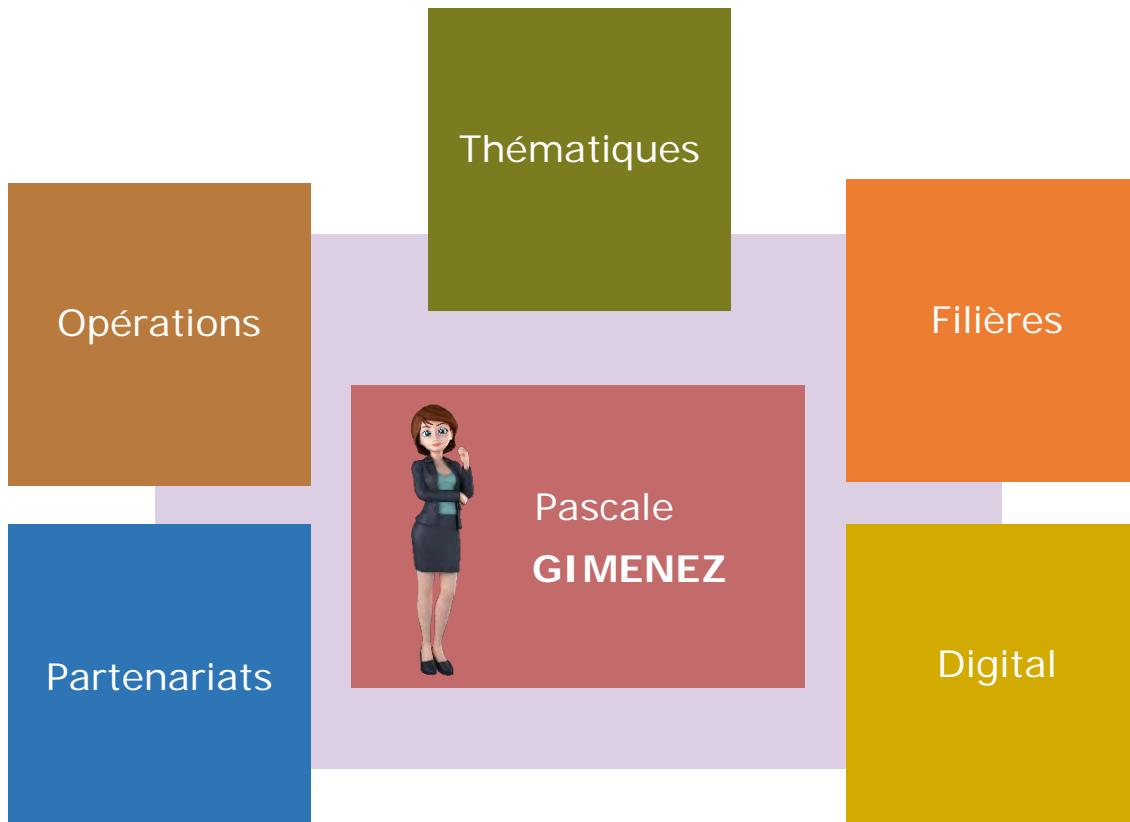
Ce dispositif de qualification n'a pas vocation à remplacer les labels, mais d'être une solution pour les exploitants soucieux de qualifier leur offre. Il permet entre autre une bonne articulation entre les démarches de qualification « Accueil Vélo » et « Vignobles et Découverte ».



Une convention entre l'ADT des P-O, le CRTLO et ADN Tourisme a été signée en Octobre dernier. Un territoire test, l'OTI Pyrénées Méditerranée, demandeur de cette qualification a été désigné et a signé une convention avec l'ADT des P-O afin de visiter des structures sur leur territoire. L'ADT des P-O validera les dossiers selon un calendrier programmé. Cette qualification sera déployée par la suite sur tout le département.

**Contact** : Corinne CAZORLA – 04 68 51 52 73 – [corinne.cazorla@adt66.com](mailto:corinne.cazorla@adt66.com)

## Pôle Marketing



### **Notre équipe :**

Pascale Gimenez - Responsable de service  
Emmanuelle Gendre, Béatrice Bantégny, France Gauby, Sylvie Quénot

## Pôle Marketing

### Nos missions

Le Pôle Marketing a pour objectif de promouvoir la Destination au travers de nos thématiques et filières prioritaires, sur nos 4 espaces et pour un tourisme 4 saisons. Nos missions couvrent la promotion online et offline, la participation aux actions de Marketing opérationnel (salons, workshops), l'organisation d'eductours, de jeux-concours, l'intermédiation, l'animation et le suivi des thématiques fortes et filières prioritaires.

### 1. Animation et suivi des thématiques fortes, des filières prioritaires et dossiers de fond

- Activités de Pleine Nature Speed  
Axes prioritaires : grande randonnée, VTT, glisse
- Activités de Pleine Nature Slow  
Axes prioritaires : randonnée, vélo, bien-être
- Culture, Patrimoine, Catalanité
- Agrotourisme, Œnotourisme, Gastronomie :  
Travail en partenariat avec la Fédération Tourisme de Terroir (Label Vignobles et Découvertes)
- Thématique transversale :  
Loisirs

### Filières

- Croisière, création du club croisière Port-Vendres/Côte Vermeille en 2019.
- Tourisme d'Affaires, MICE : Meeting, Incentives, Conférences, Exhibitions.

### Dossiers de fond

- GRC : opérations d'animation : envoi de 2 newsletters Vélo et Viti agri (travail transversal avec le service Communication)
- Tourisme Durable : participation aux réunions ATD (association du Tourisme Durable) et à la dynamique. Présence au salon dédié « Horizonia » Lyon du 7 au 10 janvier : suivi adhésion, mise à jour de notre espace membre sur le site dédié ATD (Association Tourisme Durable). Participation à l'Université du Tourisme Durable, le 6 octobre à Montpellier.
- Suivi des GSO départementaux (Grands Sites Occitanie).
- La Méditerranée à vélo : travail avec la coordination de l'axe EV8, suivi Promotion/communication, participation aux réunions de co-pilotage et participation aux comités de travail, coordination partenaires infra.
- V81 : suivi de l'axe Marketing (travail avec la coordination de l'axe, l'Agence des Pyrénées).
- Neiges Catalanes : suivi des opérations de promotion hiver.

- PNR Pyrénées Catalanes, PNR Corbières Fenouillèdes, PNM du Golfe du Lyon : participation réunions, suivi des opérations Marketing/Communication
- EPIREMED : projet POCTEFA tourisme durable transfrontalier. Partenariat avec les acteurs départementaux (ADE, CCI, Communautés de Communes, OTI etc.) et Catalans. Participations aux réunions, actualisation et mise à jour du nouveau site web pour la promotion des produits Epiremed.

## 2. Focus sur les filières

- Alimentation du site pro sur les parties « Filières » et « Actualités ».

### 2.1 Croisière : Club Croisière Port-Vendres / Côte Vermeille

- Adhésion de l'ADT des Pyrénées-Orientales en tant que membre de droit.
- Participation aux réunions, suivi de la dynamique du club, réflexions sur les actions de promotion 2022.

### 2.2 Tourisme d'Affaires

- Mise à jour de l'espace Tourisme d'Affaires sur le site grand public et le site pro de l'ADT. Travail sur les mises à jour de l'offre Tourisme d'Affaire en Pyrénées-Orientales, partenariat avec le magazine Performances.
- Suivi des demandes des Agences Évènementielles et intermédiation : 45 dossiers traités, 14 dossiers confirmés, 13 dossiers en cours.
- Insertion dans le magazine régional Performance, premier trimestre : 70.000 exemplaires.
- Insertion dans le magazine Décideurs (Club de l'Eco), premier semestre : 35.000 exemplaires.
- Animation de réseau : rencontre et visites des professionnels (hébergeurs, sites, prestataires team building...)



Séminaire IN EXTENSO - Octobre 2022

*"La convention régionale Occitanie réunissant les agences de Perpignan, Montpellier et Nîmes a été un réel succès. Les infrastructures du Camping La Sirène sont parfaitement adaptées et les équipes très professionnelles.*

*Je vous remercie encore de nous avoir recommandé cet établissement ayant la capacité d'accueillir notre convention dans son ensemble (hébergement, soirée, réunion, repas, activités). Je ne manquerai pas de faire appel à votre savoir si d'autres demandes de ce type se présente"* (Céline Santagelo)



Séminaire ETEX - Avril 2022

*"Nous tenons à vous féliciter et vous remercier pour votre aide précieuse dans l'organisation de notre séminaire qui s'est tenu à Font Romeu au mois d'avril. Vous avez démontré votre professionnalisme en matière de conseil tant au niveau du choix des restaurants que des activités proposées aux salariés. L'hébergement à l'Hotel le Grand Tétraz, la découverte des restaurants que vous nous avez vivement conseillés (Le Clos Cerdan, la Chaumière et la Table des Saveurs), la participation aux activités sportives (merci à Feeling Pyrenees) ont fait de ce séminaire un événement des plus réussis dont chacun garde un excellent souvenir. Au vu de la qualité de votre travail, nous ne manquerons pas de faire appel à vous pour un prochain séminaire, ainsi que de vous recommander chaleureusement"* (Sylvanie Bondon)

## Pôle Marketing

### 3. Marketing opérationnel

- **Participation au Welovesea Barcelone, 24 février**  
Rencontres professionnelles Prescripteurs/médias.  
11 agences événementielles rencontrées, 12 médias et 10 influenceurs.
- **Eductour Bycitranscat Allibert Trekking, 7 et 8 mars**  
2 personnes pour repérage itinéraire transfrontalier entre Collioure et Cadaquès pour commercialisation en 2023.
- **Participation à la cyclo « 66 degrés sud », Perpignan, 28 au 30 avril**  
Évènement sportif et festif sur 3 jours à Perpignan.  
L'ADT était présente pour la valorisation de l'offre touristique au sein du village exposants.



- **Participation au Workshop et au pré-tour « Destination Occitanie », Toulouse, 12 au 14 mars**  
7 agences accueillies lors du pré-tour en Pyrénées-Orientales les 12 et 13 mars et participation au workshop le 14 mars. 8 rendez-vous.

- **Participation au workshop « Rendez-vous France », Nantes, 22 au 23 mars**  
Plus important salon professionnel international de l'offre touristique française. L'ADT a partagé son stand avec l'OTI Conflent Canigo. 17 rendez-vous.
- **Partenariat avec l'aéroport de Perpignan pour le « salon des Vacances », Bruxelles du 24 au 27 mars**  
Soutien financier ADT et mise à disposition de notre vidéo « Destination ». 100 000 visiteurs.
- **Participation Salon du Randonneur Lyon, 25 au 27 mars**  
Coordination d'un espace dédié Pyrénées-Orientales de 15m<sup>2</sup>. Partenaires : OTI Vallespir, OTI Pyrénées-Cerdagne, OTI Roussillon Conflent pour Canigo Grand Site. 14 000 visiteurs.





## Pôle Marketing

- **Participation au Workshop le jeudi 31 mars et à l'éducteur Croisière le vendredi 1<sup>er</sup> avril**

Les agences portuaires, les tour-opérateurs et les compagnies maritimes ont rencontré près de 50 professionnels et institutionnels du Tourisme en PO.



- **Participation à Escale à Sète, 14 et 15 avril**

A l'invitation de l'OTI Pyrénées Méditerranée qui avait un stand sur le village exposants, l'ADT a pu promouvoir le patrimoine culturel et maritime des Pyrénées-Orientales, durant 2 jours.

- **Educteur Neckerman, Belgique du 19 au 23 mai**

L'ADT a accueilli une délégation de 8 agents du TO, afin de visiter les infrastructures déjà programmées et repérer celles qui pourraient faire l'objet de nouvelles programmations.

- **Participation à la Journée du Tourisme Local, Carré d'Or Perpignan, 25 juin**

Une journée dédiée au tourisme local, afin de faire découvrir l'offre tourisme et loisirs aux habitants du département.

- **Participation au Festival « Natural Games » Millau, du 23 au 26 juin**

1<sup>ère</sup> participation de l'ADT au festival, avec pour partenaires Feeling Pyrénées et Aventure Pyrénéenne. Une première participation mitigée due aux intempéries, mais une fréquentation à hauteur de 100 000 festivaliers selon les organisateurs.

- **Participation au « Festival du film du voyage et d'aventure What a Trip », Montpellier du 22 au 25 septembre 2022**

Un stand ADT partagé avec l'OTC, installé au cœur du village du voyage sur l'espace CRTL Occitanie. 20 000 visiteurs.



- **Participation aux côtés de la Fédération Tourisme de terroir au workshop « Destination Vignobles », à Aix en Provence 4 et 5 octobre.**

Rendez-vous professionnel unique pour promouvoir les destinations françaises associant tourisme et vin auprès des acheteurs internationaux. 17 rendez-vous.

- **Participation au salon « Roc d'Azur », Toulon, 5 au 9 octobre**

Une première participation de l'ADT sur un espace CRTL à ce salon, l'un des plus grands salons européen autour du VTT et des sports extrêmes. 150 000 visiteurs.

- **Workshop France, Madrid 6 octobre**

15 rendez-vous. La participation à cet événement demeure un excellent indicateur d'observation des tendances du marché Madrilène, agences et entreprises confondues.



- **Participation au « Salon les occasions du multicoque » Canet en Roussillon du 20 au 23 octobre**

La 7ème édition. Stand dédié « Pyrénées Méditerranée en Pays Catalan ». Les organisateurs ont ajouté une autre dimension au salon en y intégrant les métiers liés au refit. 5 000 visiteurs.

- **Workshop et pré-tour Destination Incentive, 17 octobre, Montpellier**

Opération spécialisée « MICE ». Accueil d'une délégation de 9 agences les 15, 16 octobre et participation au workshop le 17 octobre. 18 rendez-vous.



- **Welovesea 20 octobre, Madrid**

Journée de workshop : rencontre avec les agences de voyage, la presse, les organisateurs d'événementiels. 10 rendez-vous Prescripteurs et 10 rendez-vous Presse.

## Pôle Marketing

### 4. Jeux concours

- Organisation et gestion des dotations/séjours dans le cadre : des actions communes de collecte (GRC partagée) avec le CRTL, 3 dotations ADT de séjours : printemps, été, automne.

### 5. Partenariats

#### 5.1 Partenariats Conseil Départemental

- Suivi PDESI : CD – Participation aux réunions de mise en œuvre du PDESI.

#### 5.2 Partenariats et actions conduites avec le CRTL

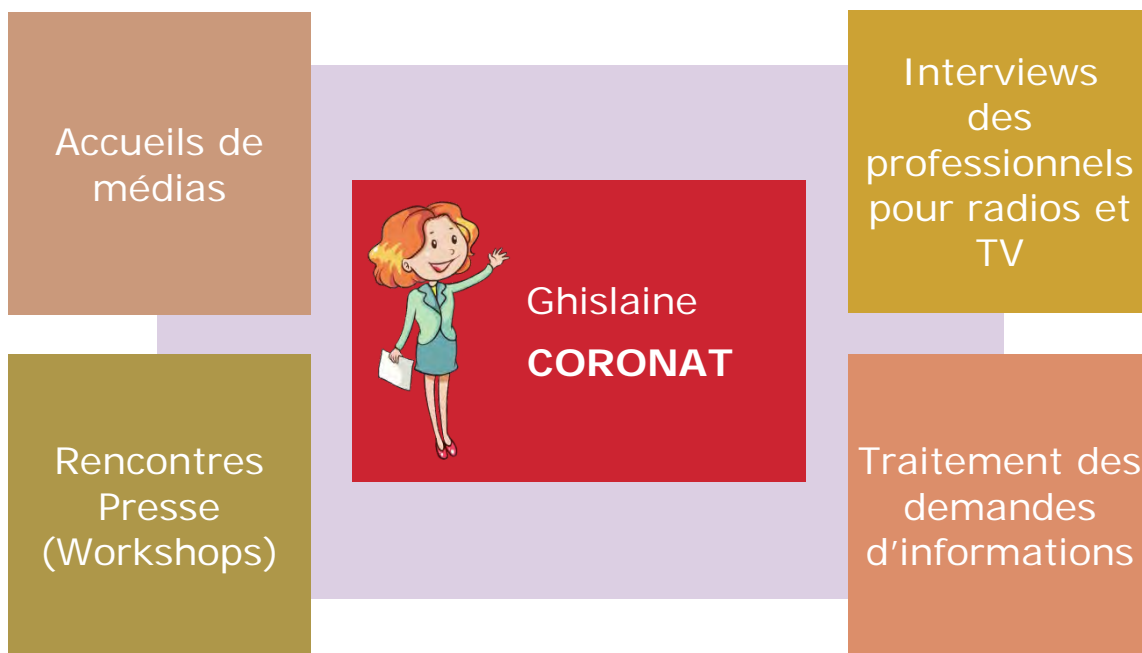
- Participation aux réunions : plan d'actions, comités techniques...
- Participation « Convergences »
- GRC : participations aux réunions de travail dans le cadre de la GRC partagée au niveau régional. 2 opérations d'animation (newsletters) : cyclo et viti-agri, 3 opérations de collecte (newsletters) : printemps, été, automne. Travail mené en transversalité avec le service Communication.
- Suivi des filières et clubs : participation aux réunions, aux plans d'actions... Activités de pleine nature (participation aux rencontres APN, Millau), Tourisme durable, Thermalisme et Bien-être, Oeno-agri.
- Newsletter pro en février, juillet et novembre : 3 newsletters régionales envoyées aux prescripteurs (TO, CE etc.) mettant en avant les nouvelles offres départementales pouvant répondre à des demandes "groupes".

#### 5.3 Partenariats et actions conduites avec l'Agence des Pyrénées

- Participation aux réunions : plan d'actions, comités techniques etc.
- Suivi actions proposées aux partenaires
- Suivi de l'axe Marketing V81
- Suivi du Contrat de Destination « Pyrénées »

**Contact** : Pascale GIMENEZ – 04 68 51 52 68 – [pascale.gimenez@adt66.com](mailto:pascale.gimenez@adt66.com)

## Pôle Relations Presse



### Notre équipe :

Ghislaine Coronat - Responsable de service  
Julien Folcher, Catherine Gillot

## Pôle Relations Presse

### Nos missions

Organisation des accueils de médias (français et étrangers) pour les reportages : magazines et presse quotidienne nationale et/ou régionale, magazines on-line/blogs, influenceurs, radios et TV, guides touristiques.

- Réponses aux demandes d'informations (tel, courriels etc.) émanant des médias français et étrangers pour l'élaboration de leurs reportages.
  - Participation aux rencontres professionnelles avec la presse (France et International) : Paris, Barcelona, Amsterdam.
  - Mises à jour des dossiers de presse et fiches techniques thématiques, à la disposition des médias, disponibles sur le site pro.
- A noter en 2022 :
- Un renforcement des actions auprès du marché Catalogne (tous médias : presse écrite, blogueurs, radios).
  - Poursuite des accueils sur les marchés français, belge, néerlandais et Espagne national.

### Les différents médias en France et à l'International

- Magazines et presse quotidienne
- Magazines on-line et blogs
- Radios et TV
- Guides touristiques
- Influenceurs

### Les sujets les plus demandés

- Art de vivre : gastronomie et œnotourisme (spécialités culinaires découlant de l'offre agricole locale, vins et terroirs, accueils dans les domaines), savoir-faire : artisanat traditionnel, agritourisme etc.
- Loisirs (sites, musées) et activités de pleine nature (outdoor) : randonnées pédestres, cyclo, VTT..., eaux vives, escalade, canoë-kayak etc.
- Environnement (Réserves naturelles, espaces naturels préservés)
- Hébergements de charme

**Pôle Relations Presse**

**Chiffres clés**

**Accueils médias**

**26** marché français et **39** à l'international

**Parutions à l'international**

**59** reportages papier et digital  
**+ de 150** publications sur les réseaux sociaux

**TV France**

**3** documentaires et **12** magazines



**Parutions France**

**21** reportages papier et digital

**Radio marché français**

**1** accueil ⇒ 2 mois de diffusion continue  
+ réseaux sociaux



**Radios marché espagnol**

**5** émissions dédiées P.O.  
**14** interviews radios

**Influenceurs France**

**1** groupe

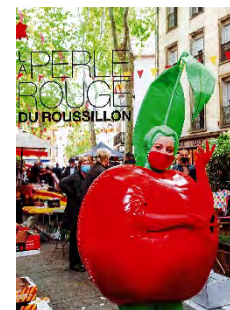
**Workshops**

**6** rencontres presse pro.

## 1. Les médias du marché français

### 1.1 Magazines - Presse Quotidienne Régionale - Guide de Voyages - Blogueurs (accueils et parutions)

- **Grands Reportages Mag** : accueil avril – 14 pages parues sept 2022 « [Les plus beaux détours en Languedoc Roussillon](#) » - activités outdoor et sites : Pyrénées Catalanes et massif du Canigó (eaux chaudes, via ferrata, rando, canyoning)
- **L'Obs** : accueil mai – sujet spécial Retirada paru juillet 2022 « [Dans les Pyrénées, sur la route des exilés](#) »
- **Le Figaro** : [spécial Chambres d'Hôtes](#) - accueil mars – paru mai 2022 – partenariat CRTLO/ADT
- **Pyrénées Magazine** : accueil octobre 2021 « [Les joyaux géologiques du Fenouillèdes](#) » - 12 pages parues octobre 2022
- **Vieilles Maisons Françaises Magazine** : reportage patrimoine en Roussillon Conflent/Conflent Canigó /Pyrénées Catalanes /Pyrénées Cerdagne – parution prévue en juillet 2023
- **Magicmaman Mag** (groupe Marie Claire) : envoi d'informations sur les éco-lodges Ecozonía [Nuits en éco-lodges avec Ecozonía](#)
- **Saveurs Magazine** : accueil en mai 2021
  - 5 pages parues en mars 2022 [La Beauté du Zeste](#) (agrumes des PO)
  - 3 pages parues en juin 2022 [La Guinelle, une vinaigrerie pas comme les autres](#)
  - 10 pages parues en avril 2022 [Pyrénées-Orientales", entre mer et montagne](#)
- **Esprit d'Ici magazine** : accueil en janvier 2021
  - 8 pages parues en janvier 2022 [Les Pyrénées Extrêmes](#)
  - 4 pages parues sur la cerise de Céret « [la perle du Roussillon](#) » en mai/juin 2022
- **Les 3 guides de voyages** : **Balades Magazine** / **Le Monde du Camping-Car** / **Le Guide du Routard** venus en juin et juillet, afin d'actualiser leurs informations pour les éditions 2023
- **Elle Magazine** : infos ADT envoyées en juin – parution juillet 2022 [Les nouvelles cosmétiques / produits de beauté Made in Occitanie](#)
- **Elle Magazine** : infos ADT envoyées en octobre – parution novembre 2022 « [Montagne Quoi de neuf ? Toutes les nouvelles adresses et activités dans la Région](#) »
- **In Toulouse** : (mag officiel de l'aéroport de Toulouse) - infos ADT envoyées en février - les parcs animaliers des P.O. pour un article spécial « biodiversité » paru en juin 2022 [Les parcs animaliers de la Région Occitanie](#) - partenariat CRTLO/ADTL
- **Blogueurs @lesbroz** accueillis en juillet sur les lacs des Pyrénées Catalanes (outdoor) – diffusion août <https://www.lezbroz.com/du-cantal-aux-pyreneesorientales> - partenariat Agence des Pyrénées/ADT.



## Pôle Relations Presse

### 1.2 Les chaînes TV France (accueils et diffusions)

- **France 2 TV - magazine « Télématin - Le Triporteur »** - en direct de Torreilles  
Thème « [la gastronomie de printemps autour de l'IGP l'artichaut du Roussillon](#) ».
- **France 3 TV - magazine « Météo à la Carte »** - [10 émissions](#) au cours desquelles les professionnels de la gastronomie (producteurs, restaurateurs) et de l'artisanat ont été mis à l'honneur : les 25/01, 27/04, 02/05, 03/05, 10/05, 02/11, 17/11, 29/11, 30/11, 19/12 :
  - « [La France, une terre d'agrumes](#) » à Saint Féliu d'Avall
  - « [Insolite, du thé 100% catalan](#) » à Saint-Cyprien
  - « [Fricassée de calamars aux légumes de printemps](#) » à Port-Vendres
  - « [Selle d'agneau et artichauts catalans](#) » à Néfiach et Belesta Domaine Riberach
  - « [Oniria l'aventure de l'eau](#) » à Canet en Roussillon
  - « [Le Collioure de Mathieu Madénian](#) » (Collioure)
  - « [le poulet sauce Byrrh](#) » à Thuir
  - « [les premiers limoncellos catalans](#) » à Argelès sur Mer
  - « [la dernière vinaigrierie artisanale en plein air de France](#) » à Cosprons
  - « [80 ans d'un atelier de céramique d'exception](#) » : la potière de Sant-Vicens à Perpignan.
- **ARTE TV - magazine « Invitation au Voyage »** : 2 documentaires tournés en juin 2021
  - « Et vogue la barque catalane », diffusion février 2022 et [replays](#) – les barques, de Salses à Cerbère
  - « Le train qui a uni les Catalans », diffusion mars 2022 et [replays](#) – histoire de la création de la ligne – Le train jaune d'hier à aujourd'hui.
- **France 5 TV - magazine « Echappées Belles »** - accueil en septembre – partenariat CRTLO/ADT – diffusion le 26 novembre et rediffusions les 11 et 23/12/2022 [Échappées belles - Spéciale Méditerranée - 26/11/2022](#).
- **USHUAÏA TV - Magazine « Bougez Vert »** : Accueil novembre 2021, 2 diffusions en janvier 2022
  - « [De Tautavel aux Orgues d'Ille](#) » - Tautavel, la Caune de l'Arago et le Musée de la Préhistoire Tautavel, Les Orgues d'Ille
  - « [Pyrénées-Orientales : De la Côte Vermeille à la Forêt de la Massane](#) » - La Réserve Marine Cerbère-Banyuls, la Réserve Naturelle de la Forêt de la Massane, Randos pédestres, VTT dans le massif des Albères.





### 1.3 Radio (accueil et diffusions)

**Radio Lyon 1ère** - accueil en avril – balades sur le littoral catalan de la côte vermeille à la côte sableuse – Coups de projecteurs avec prises de paroles des professionnels (les offices de tourisme, les organisateurs de festivals, les vigneron, restaurateurs, guide accompagnateurs patrimoine et professionnels outdoor, hébergeurs etc.) – [diffusions en mai et juin 2022](#).

## 2. La presse étrangère

### 2.1 Magazines + Presse Quotidienne Régionale + Guides de voyages (accueils et parutions)

#### • Allemagne

- **Frankfurter Allgemeine Zeitung** : accueil en mars, [diffusion du reportage en mai 2022](#) « Die malenden Raubtiere von der Purpurküste » (fauvisme/côte vermeille) - partenariat CRTLO/ADTL.
- **Marco Polo Camper Guide** : accueil en juillet, mise à jour du guide de voyages (spécial campings car), [sortie du guide en avril 2023](#) - partenariat CRTLO/ADTL.

#### • Autriche

- **Salzburger Nachrichten** : accueil en mai, diffusion du reportage prévu en mai/juin 2023 – gastronomie et vins - partenariat CRTLO/ADTL.

#### • Belgique

- **Het Nieuwsblad (Groupe de presse Mediahuis)** - accueil en juin 2021 – reportage paru en avril 2022 – « [Wandelen in de Oostelijke. Een machtig massief met machtige vergezichten](#) » - Randonnées pédestres Conflent et Pyrénées Catalanes + patrimoine.
- **Het Nieuwsblad + Gazet van Antwerpen (Groupe de presse Mediahuis)** – accueils en septembre 2021 – parution en mai.  
« De Oostelijke Pyreneëën - Land van Catalaanse lekkernijen en specialiteiten » - « [Les Pyrénées Orientales - Terre de délices et de spécialités catalanes](#) » (culture – patrimoine et gastronomie).
- **Het Nieuwsblad (Groupe de presse Mediahuis)** - accueil en juillet 2022 – parution prévue printemps 2023 – Vacances en famille dans les Pyrénées Catalanes.



- **Deuzio magazine** (supplément week-end du quotidien L'Avenir) – accueil en septembre 2021 – 2 reportages parus en avril 2022 : « [Le vin bio, c'est 40 % de travail en plus](#) » et « [Retour à la nature dans les Pyrénées](#) » (le département des P.O. a été l'un des premiers à faire le pari du bio. Il est en train de gagner »).
- **Santé Magazine** (presse flamande) – accueil en septembre 2021 – « [9 Bio-Adressen In Zuid-Frankrijk - La Douce bio-France](#) » (paru en avril 2022) – vins et gastronomie (et productions en biodynamie).
- **Papillio Magazine** - accueil en juin – reportage « focus sur Perpignan » « [Perpignan : Levendige Hoofdstad van Frans Catalonië de Roussillon met exotisch Tintje](#) » - paru en mars 2023.
- **La Dernière Heure + La Libre Belgique** - accueil en juillet – 2 reportages dans les 2 supports, « [Les Pyrénées Catalanes, un terrain de jeu sans limite](#) » - paru en mars 2023 (outdoor en Cerdagne et Capcir).



#### • Danemark

- **De Berlingske Tidende** - accueil en septembre/octobre 2022 – reportage paru en février 2023 – « [Det andet Catalonien](#) » - reportage exhaustif sur toutes les zones du territoire (culture, patrimoine, art de vivre, vins et gastronomie).



#### • Espagne

- **Guide de voyages « Turismo Verde S.L. »** (distribution Espagne National) – accueil en avril Les grottes en Conflent et Capcir – mise à jour infos pour le guide 2022/2023 édité fin décembre – partenariat CRTLO/ADT.
- **Traveler (grupo Condé Nast)** : suite envoi d'infos - reportage paru en mai - [patrimoine en Conflent](#).
- **Time out** – guide de sorties – accueil en novembre – diffusion printemps 2023 (escapade en Roussillon, Aspres et Banyuls sur Mer).
- **Descobrir Catalunya magazine** – dans le cadre du spécial « Roussillon » qui doit paraître en juin 2023 (55 pages), accueil d'une des journalistes en novembre 2022, pour la mise en avant des courts séjours en Roussillon (marchés de proximité).

- **Magazine Viajar, rubrique « Destinos »** - supplément gratuit du quotidien « El Periódico » : accueil en novembre 2022 – reportage paru en février 2023 « [Lujo y Bienestar en el sur de Francia](http://www.elperiodico.com/es/destinos) » (papier + digital [www.elperiodico.com/es/destinos](http://www.elperiodico.com/es/destinos)) – hébergements hauts de gamme.
- **Magazine Interiores** : (art et décoration) accueil en novembre 2022 – reportage prévu au printemps 2023 – hébergements hauts de gamme.
- **Italie**
  - **Dove magazine** – accueil en septembre 2022 – gastronomie, vins, peinture et art de vivre en côte vermeille – reportage prévu au printemps 2023 - partenariat CRTLO/ADT.
- **Pays-Bas**
  - **Leven in Frankrijk magazine** – accueil en juin 2021 – gastronomie, vins et terroirs – [reportage](#) paru en mars 2022 sur « les vins du Roussillon et les accords mets et vins » (Zoete Roussillon krijgt droog gezelschap).
  - **Winelife magazine** – (éditions papier + digital) - accueil en juin 2021 – vins et gastronomie, focus sur les VDN – terroirs des Aspres, Vallée de l'Agly et Côte Vermeille – 2 reportages parus : [reportage](#) paru en juin 2022 sur « l'olive du Roussillon et ses déclinaisons » - [reportage](#) paru en janvier 2023 sur les vins, la gastronomie.
  - **Hoogtelijn magazine** – (éditions papier + digital) outdoor – « Tour du Canigó » - accueil en septembre 2021 – [reportage \(4 pages\)](#) paru en février 2022 outdoor – « Les Pyrénées catalanes » - accueil en septembre 2022 - reportage prévu pour printemps 2023.
  - **Freelife magazine (groupe Acsi)** - (éditions papier + digital) – accueil en septembre 2021 – Deux très beaux [reportages](#) parus en 2022, destiné à la clientèle en séjour en hôtellerie de plein air – « La côte vermeille » et « les Pyrénées catalanes ».
  - **Bergen magazine** + <https://bergwijzer.nl/> Accueil en septembre – Pyrénées Catalanes et Pyrénées Cerdagne – outdoor et patrimoine – reportage prévu pour printemps 2023.
  - **En Route magazine** - (éditions papier + digital) – accueil en septembre/octobre – parution prévue pour le printemps 2023 : vins et gastronomie dans les terroirs des Aspres et de la Vallée de l'Agly.
  - **Meer magazine** - accueil en septembre/octobre – [parution en novembre](#) : vins et gastronomie dans les terroirs des Aspres et de la Vallée de l'Agly, « Elke Treinreis een Feest ».



## 2.2 Blogs et magazines online (accueils et parutions)

### • Belgique

- <https://www.bazarmagazin.com> : accueil en septembre 2021 – parution en mars 2022 - « [Les Pyrénées-Orientales entre Terroir et artisanat](#) ».
- <https://www.seniorennet.be> : accueil en septembre 2021 – parution en mars 2022 – « [Op zoek naar de Catalaanse roots in de Pyrénées-Orientales](#) ».
- <https://reisreporter.be> : accueil en septembre 2021 – parution en mars 2022 – « [Geproefd: de lekkerste streekproducten in de Pyrénées Orientales](#) » - " Dégustation : les produits régionaux les plus savoureux des Pyrénées-Orientales ".
- <https://reisreporter.be> : accueil en septembre 2021 – parution en mars 2022 – « [Op zoek naar de Catalaanse roots in de Pyrénées-Orientales](#) ».
- <https://www.gourmandgazette.nl> : accueil en septembre 2021 – parution en avril 2022 – « [Pyrénées Orientales, waar eten een soort religie is](#) » / « Pyrénées Orientales, où l'art de la gastronomie est une religion ».
- <https://www.gourmandgazette.nl/>: accueil début juin – parution fin juin 2022 - « [De pyrenese bergen : Een ruwe diamant met veel verbogen facetten](#) » / « Le massif pyrénéen : un diamant brut aux multiples facettes ».
- <https://verkeersbureaus.info> : gastronomie et produits du terroir - reportage paru en avril 2023 « [Wijn, Olie en Amendelen proeven in Zuid Frankrijk](#) ».
- <https://www.naturescanner.nl/> : culture, patrimoine, outdoor – accueil début juin, [reportage](#) paru le 21 juin 2022, Train jaune, Massif du Canigó, Orgues d'Ille, Villefranche, Vernet-les-Bains, Perpignan etc.



## Pôle Relations Presse

## • Espagne

- <https://www.elmundoentubolsillo.es/> : accueil en juillet - deux [reportage](#) spécial motards « les P.O. en moto » : « [ruta en moto por los pirineos orientales](#) » / reportage partagé de nombreuses fois sur les réseaux sociaux.
- <https://canasdeviaje.com/>: accueils en septembre et décembre - [publications sur Instagram, LinkedIn, Facebook, Youtube et Twitter](#): la Côte Vermeille (d'Argelès sur Mer à Banyuls sur Mer) – Culture et patrimoine (peinture et sculpture Collioure, Banyuls) – Tourisme de Mémoire (la Retirada + Rivesaltes, Elne et Argelès-sur-Mer) – Vins et Gastronomie - Hébergements hauts de gamme – Thalassothérapie.
- <https://www.planetadunia.com/> : accueils en septembre et décembre - [publications sur Instagram, LinkedIn, Facebook, Youtube et Twitter](#): la Côte Vermeille (d'Argelès sur Mer à Banyuls sur Mer) – Culture et patrimoine (peinture et sculpture Collioure, Banyuls) – Tourisme de Mémoire (la Retirada + Rivesaltes, Elne et Argelès-sur-Mer) – Vins et Gastronomie - Hébergements hauts de gamme – Thalassothérapie.
- <https://alfonsomartos.com/blog/> : accueil début novembre – escapade dans les Aspres et la Côte Vermeille – parution le 10 novembre : <https://alfonsomartos.com/de-turismo-en-pyrenees-orientales/>
- <https://dondevamoseva.com/> - accueil début novembre – parution le 10 novembre – 2 reportages : Escapade à [Ecozonía](#) et Escapade à [Collioure](#).
- <https://www.gastronomistas.com/> - accueil début novembre : Collioure et Ecozonía – parution printemps 2023.
- <https://www.rutaenfamilia.com/> - accueil début novembre : 2 reportages parus en janvier 2023 : sur la [côte vermeille, Collioure](#) et [Ecozonía](#).
- <https://espirituviajero.com/> - accueil début novembre – parution en janvier 2023 (Oms, Castelnou, Banyuls sur mer Thalassothérapie) : « [un rincón por descubrir en los pirineos-orientales](#) ».
- <https://mariajoseraserofotoperiodista.com/> - accueil début novembre – Deux reportages : [Collioure](#) et [Perpignan](#).
- <https://www.descubrir.com/> - accueil début novembre - reportage paru en mars 2023 « [48 horas descubriendo el Rosellón](#) » thème courts séjours Perpignan et côte vermeille.



## Pôle Relations Presse

### • Pays-Bas

- <https://favorflav.com/nl/> - Gastronomie – Produits du terroir et vins – accueil en juin – [reportage](#) paru en décembre - « [De Franse Pyreneeën is een hele fijne foodies-bestemming \(plus : to do list\)](#) ».
- <https://www.myyellowsuitcase.nl/> - 2 Reportages – accueil en septembre 2021 – parution en avril 2022 : [Découverte des P.O.](#), en trains, des Pyrénées Catalanes à la Vallée de l'Agly (train jaune, train rouge) et [Vins et gastronomie](#) - (Aspres, plaine du Roussillon, Perpignan, Vallée de l'Agly etc.).
- [Dagblad van het Noorden](#) (papier et digital) et [Meer Magazine](#) – accueil en septembre 2021 – [parutions en avril 2022 dans les 2 magazines](#) : le train rouge TPCF.
- <https://www.reisgoesting.be> - accueil en septembre/octobre – [parution en janvier 2023](#) : vins et gastronomie dans les terroirs des Aspres et de la Vallée de l'Agly.



### 2.3 Magazines et émissions radios (prises de paroles des socio-professionnels)

#### • Espagne

- **Capital Radio Madrid** - [https://www.capitalradio.es/en\\_direct\\_de\\_Perpignan](https://www.capitalradio.es/en_direct_de_Perpignan) – diffusion dimanche 24 novembre 2022 « MIRADAS VIAJERAS » : Contenu de l'émission : les P.O., une destination Méditerranée et Pyrénées à 4h30 en tgv de Madrid.
- **Equinox Radio et magazine Equinox on line** [https://www.equinoxmagazine.fr/escapades/Ou\\_décompresser\\_près\\_de\\_la\\_frontière\\_Espagne/France\\_?](https://www.equinoxmagazine.fr/escapades/Ou_décompresser_près_de_la_frontière_Espagne/France_?) - escapade dans les Aspres et sur la côte Vermeille (Banyuls).
- **Emissions spéciales neige** – décembre 2021, janvier 2022 jusqu'en mars 2022 (tous les vendredis matins)
  - Radio Marca Barcelona** - <https://www.radiomarcabarcelona.com/skineu/> : prises de parole des stations des Neiges Catalanes dans l'émission « Skineu » – un magazine « spécial neige » - émission à grande écoute (bulletins d'enneigement, offres ski et après ski de tous les massifs espagnols et français) animée par Manel Tahull et Xavier Rieiro (les deux très dynamiques et amoureux des domaines skiables Neiges Catalanes).
  - Radio RAC1** - Emission « La primera pedra » animée par la célèbre Noémi Polls. En janvier, 2 émissions en direct des Neiges Catalanes.

## - Emissions spéciales Destination P.O. printemps, été, automne

### Radio Marca Barcelona – Emission « Fem Turisme »

Du mois d'avril au mois de novembre – tous les samedis matins.

Prises de parole des professionnels (hébergeurs, professionnels outdoor (APN), directeurs de stations, offices de tourisme et/ou offices de tourisme intercommunaux...) – un magazine destiné à faire découvrir aux catalans du sud notre destination, à quelques « pas » de chez eux : escapades art de vivre, gastronomie, loisirs, culture etc. Emission à grande écoute, dirigée par Manel Tahull, un grand nom de la radio en Catalogne.

Quelques exemples de thématiques et prises de paroles : à voir, à faire, ou loger en Vallespir, Conflent, Pyrénées Catalanes, Massif du Canigó, Littoral (côte sableuse et vermeille), les peintres (Céret, Collioure etc.), les fortifications classées Unesco, les festivals du printemps et de l'été, etc.

Et une émission spéciale « pour les 30 ans de la radio » : [« week-ends et courts séjours dans les PO pour les ponts de la Puríssima et démarrage saison hiver »](#) - prise de parole de l'agence RP de l'ADT à Barcelone

### Radio RAC1 – Emission « La primera pedra » animée par Noémi Polls

En mars, interview en direct de Céret, artiste Jaume Plensa,

En mai, interview spécialiste Pleine nature, « les randonnées pédestres dans les P.O. »,

En juin, émission spéciale « descobrir les riqueses de la Catalunya nord » animée par Josep Ferrer, journaliste du Periódico,

En juillet, festivités et activités outdoor en P.O. (interview ADT).



## 3. Les Rencontres Presse (professionnelles/workshops)

### Six workshops (France – Pays-Bas – Espagne) :

#### - « Partir en France » Paris, 17 et 18 janvier - Organisation ADN Tourisme

12 Magazines on-line (blogs tourisme) et une dizaine de la presse tourisme classique (et leurs versions digitales) pour des demandes de reportages 2022. A noter, l'accroissement des demandes sur la pleine nature (et toutes activités outdoor), le bien-être. Participation de l'OT d'Argelès sur Mer aux côtés de l'ADT.

## Pôle Relations Presse

- « **Rencontres Presse Pyrénées** » **Paris**, 17 mars - organisation Agence des Pyrénées  
15 médias rencontrés pour reportages ou envoi d'infos. Promotion de la montagne printemps/été/automne.

- « **Workshop Welovesea Event** » **Barcelona**, 24 février -  
(organisation Ag. Welovesea E.).  
12 Magazines de la presse traditionnelle spécialisée tourisme et une dizaine de magazines/blogs on-line.  
La demande : week-end et courts séjours (« escapades ») et à noter une demande en hausse pour des séjours plus longs, pour les familles avec enfants pendant les vacances « setmana santa » et « purissima » - (hébergements hauts de gamme mer et montagne, vins et gastronomie, patrimoine, vacances en famille).



- « **Rencontres Presse Pyrénées** » **Paris**, 13 octobre - Organisation Agence des Pyrénées  
13 médias rencontrés pour reportages ou envoi d'infos. Promotion de la montagne hiver.

- « **Workshop Welovesea Event** » **Madrid**, 20 octobre -  
organisation Ag. Welovesea  
10 rendez-vous avec la presse traditionnelle spécialisée tourisme –  
Une presse très intéressée par la destination (liaisons ferroviaires intéressantes) et souhaitant jumeler la découverte du Roussillon avec celle de l'Aude et Montpellier.



- « **MediaEvent** » **Amsterdam**, 10 mars - organisation Atout France  
7 Mags on line et blogs néerlandais, 9 Mags et PQR papier (1 version digitale) pour reportages 2022.  
Forte demande sur les voyages en familles, à la campagne ou en montagne, et un engouement toujours aussi prononcé pour les randonnées pédestres, VTT, cyclotourisme, en particulier à la montagne ou arrière littoral (Albères).



## Pôle communication digitale et print



### Notre équipe :

Isabelle Sobraquès - Responsable de service

Véronique Fabre, Cathy Charelli, Murielle Bonzoms, Gloria Soler, Marjorie Guallar

## Pôle communication digitale et print

### Nos missions

Le Pôle communication a pour objectif de développer et valoriser la notoriété de la destination à travers 4 thématiques fortes présentes sur 4 univers/espaces géographiques pour un tourisme 4 saisons via nos outils digitaux et nos éditions, par nos actions de communication et celles menées avec nos partenaires institutionnels et privés.

### 1. Les outils digitaux

⇒ Plus de **13.800.000** personnes touchées en 2022

Le site web : [tourisme-pyreneesorientales.com](http://tourisme-pyreneesorientales.com)

Langues :



Visiteurs : 1.320.000

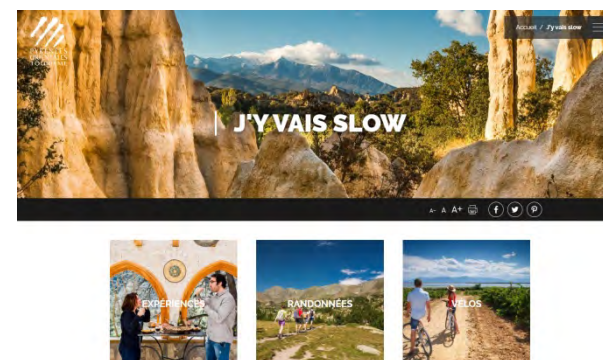
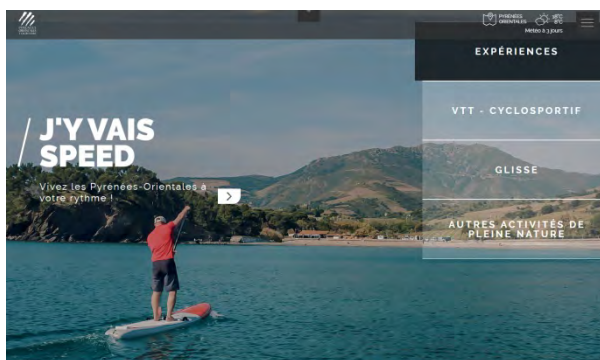
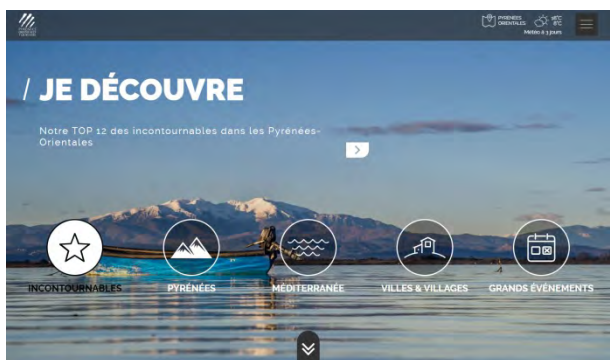


**Nous développons et enrichissons le site pour**

Séduire, susciter l'envie, l'émotion, l'évasion, partager et faire partager

Simplifier le parcours utilisateur via un moteur de recherche interne et une cartographie interactive

Soigner l'interface utilisateur via la technologie mobile first et l'intuitivité ergonomique



**Pôle communication digitale et print**

Le site « pro » : [pro-tourismeadt66.com](http://pro-tourismeadt66.com)

Langue :



Visiteurs : 11.140



**Nous travaillons au développement d'un espace dédié aux professionnels du tourisme avec pour objectifs**

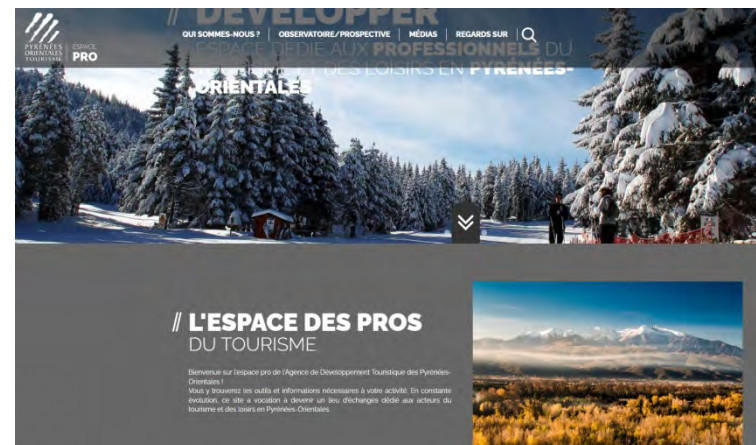
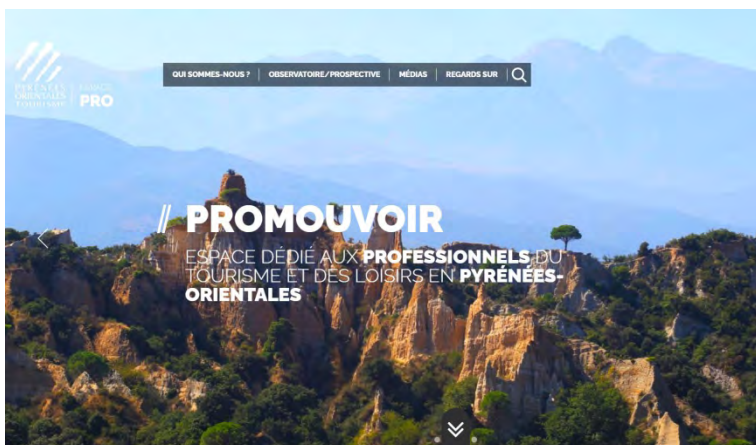
Présenter l'ADT et ses missions en lien avec la stratégie départementale du tourisme et des loisirs

Présenter aux professionnels du tourisme l'ensemble des retombées des actions menées avec les médias

Mettre à disposition des journalistes, blogueurs et influenceurs les outils nécessaires à la découverte de notre destination

Accompagner les porteurs de projets et les professionnels dans leur structuration et leur démarche de qualification et de labellisation pour une montée en gamme de l'offre

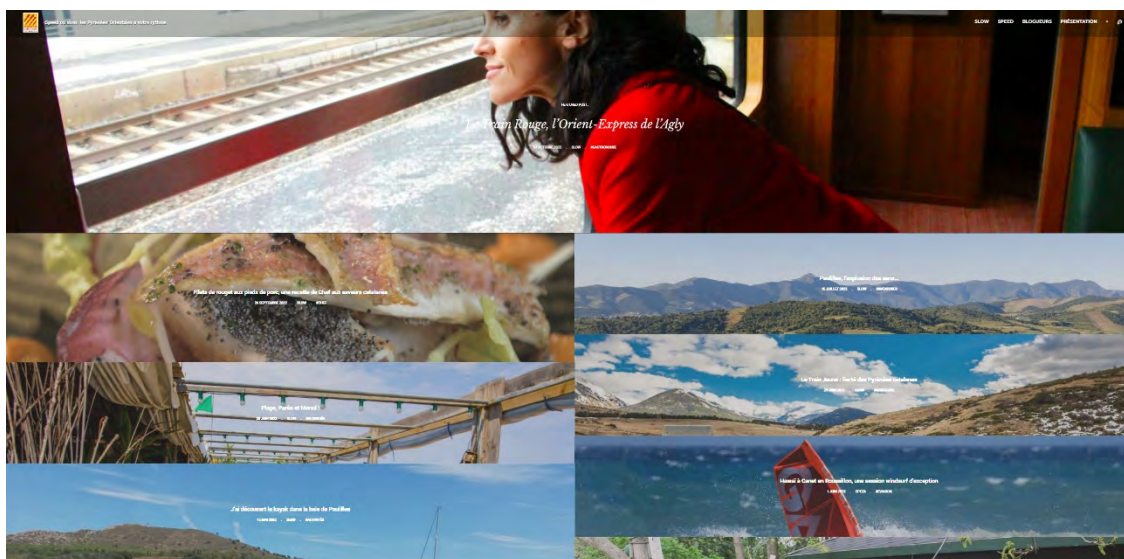
Présenter les données de l'observatoire du tourisme qui est un véritable outil d'aide à la décision



## Pôle communication digitale et print

Le Blog : [visitpo.fr](https://www.visitpo.fr)

Langue :



Un marché a été lancé afin de mettre le blog en adéquation avec l'évolution de WordPress (mise à jour des nouvelles versions) et de changer d'hébergement.

L'objectif est aussi d'effectuer les réparations nécessaires suite à des interventions, vérifications techniques (SEO, paramétrages, vitesse de chargement, contrôle des failles de sécurité, mise à jour des RGPD etc.).

**Pôle communication digitale et print**

**Les réseaux sociaux**



**Facebook : plus de 77.200 fans  
Plus de 10.668.360 personnes touchées**

- Page en français : [Pyrénées-OrientalesTourisme](#) :  
211 publications  
11 stories, 480.657 interactions
- Page en catalan/castillan : [Pirineus-Oriental Turisme](#) :  
158 publications, 31.848 interactions
- Page en anglais : [Mediterranean Pyrenees in Pays Catalan](#) :  
147 publications, 3.176 interactions.



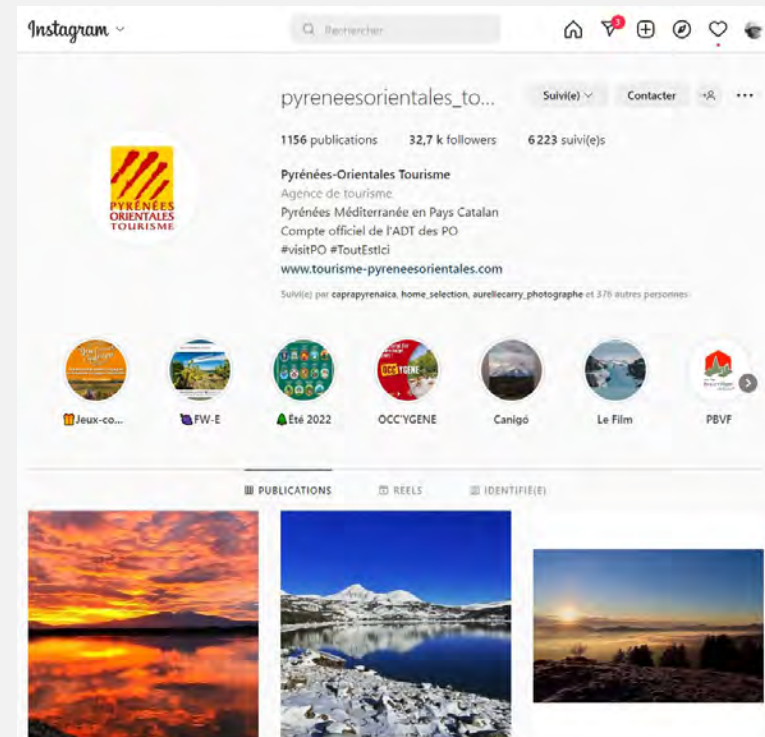
**Pyrénées-Orientales Tourisme**  
@tourisme.pyreneesorientales • 4,8 287 avis • Office du tourisme



**Instagram : plus de 32.700 abonnés  
Plus de 1.771.650 personnes touchées**

[pyreneesorientales\\_tourisme](#)

145 publications, 182 stories, 168.134 interactions



## Baromètres We like travel 2022

Ce [baromètre](#) permet de visualiser le classement des destinations touristiques sur les réseaux sociaux en France prenant en compte Facebook, Instagram et Twitter.

- Analyses du 01/09/2021 au 01/09/2022

### Classement général des Pyrénées-Orientales sur Facebook et Instagram :

90<sup>ème</sup> sur 637 destinations françaises (offices de tourisme, départements, régions et territoires confondus).

#### Facebook :

Taux d'engagement <sup>1</sup>mensuel moyen sur l'année 2022 : 1,76%.

Sur Facebook, interprétation de la grille d'évaluation du taux d'engagement d'une destination touristique :

Moins de 0,5% : très faible	Entre 1,5 et 2,5% : bon	
Entre 0,5 et 1% : faible	Entre 2,5 et 3,5% : très bon	(Source <i>we-like-travel.com</i> )
Entre 1 et 1,5% : moyen	Elus de 3,5% : excellent	

#### Instagram :

Taux d'engagement <sup>1</sup>mensuel moyen sur l'année 2022 : 3,46%.

Sur Instagram, interprétation de la grille d'évaluation du taux d'engagement d'une destination touristique :

Moins de 1 % : faible taux d'engagement	Entre 3,5% et 6% : élevé	
Entre 1% et 3,5% : moyen/bon	Au-dessus de 6% : très élevé	(Source <i>instaboss.app</i> )

<sup>1</sup>Le taux d'engagement permet de mesurer les interactions des utilisateurs d'un réseau social, ou des abonnés d'un compte, vis-à-vis d'une publication.

#baromètres

### 2. Mise à jour des outils de communication print

#### Les cartes et brochures

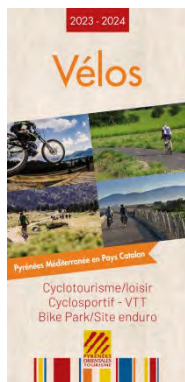
**Carte hébergements**  
10.000 exemplaires



**Carte Tourisme et Loisirs**  
150.000 exemplaires



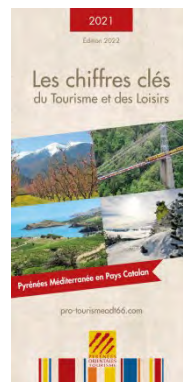
**Carte Vélos**  
40.000 exemplaires



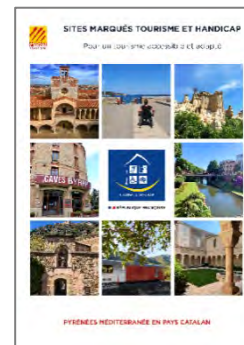
**Carte Randos**  
55.000 exemplaires



**Dépliant chiffres clés**  
1.000 exemplaires



**Brochure Tourisme et Handicap**



Mise à jour et habillage graphique

**Guide des plages accessibles**



Création et habillage graphique

**Rapport d'activité**  
90 exemplaires  
Et e-carte vœux



Création et suivi d'impression



**Les fiches presse**  
44 exemplaires



Disponibles sur le site pro

**Kakémonos**  
APN Slow - APN Speed - APN vélos



**Kit papeterie**  
Papier en-tête, blocs notes, cartes de visite



**Clés usb**  
300 exemplaires



**Autres visuels et outils de communication pour les salons et opérations de promotion**

Contenus brochures exposants, enseignes, traductions, relais info sur le site pro etc. : Salon du randonneur à Lyon, Journée du Tourisme local à Perpignan, Roc d'Azur à Fréjus, Festival What a Trip à Montpellier, les Occasions du Multicoque et du refit à Canet en Roussillon, workshop France à Madrid, Rendez-vous en France etc.

**3. Les actions de communication de l'ADT**

**Actions de communication digitales récurrentes**

Promotion et soutien des sites et événements phares (Festival Voix de Femmes, Bacchus festival, Pellicu-Live, Electrobeach Music Festival, Festival Festa Major, Festival Pablo Casals, Fêtes de la Saint Jean, Journées du patrimoine, Les 3 Fêtes de l'Ours, Les Déferlantes, Les Enfants de la Mer, Mémorial du Camp de Rivesaltes, Village de Noël de Barcarès, Visa pour l'Image ...) via les réseaux sociaux et le site web grand public (présentation dans les parties "Les incontournables", "les grands événements", "l'agenda", les pages éditoriales...).

Exemples :

Relais de la campagne du PNR Pyrénées Catalanes #QueLaMontagneEstBelle - stories sur la page Facebook et le compte Instagram :



Relais de l'opération Le Fascinant Week-end Vignobles & Découvertes - Insertion du programme du festival Pellicu-Live sur le site web et post Facebook :





**Insertions et campagnes de communication**

**A destination d'une cible de proximité** avec les visuels #ToutEstIci valorisant la diversité de notre destination et la quasi exhaustivité de l'offre présentée sur notre site web.

- **Adhésion au Club de l'Eco (utilisation des espaces publicitaires liés à l'adhésion) :**
  - 8 insertions dans L'Indépendant, La Dépêche du Midi et Midi Libre (Aude et Béziers),
  - 4 campagnes digitales : 178.000 impressions dans l'indépendant.fr et midilibre.fr (Aude, Béziers et 50 km),
  - Répartition en deux vagues : printemps (juin) et automne (octobre).
- **Achat d'espaces :**
  - Une page dans Terres Catalanes de chaque saison (4 insertions)
  - 4 campagnes digitales (50.000 impressions géolocalisées dans l'indépendant.fr) : 23 au 27/02/22, 25 au 29/05/22, 11 au 18/10/22, 23 au 27/11/22,
  - Une page dans Midi Balades éditions P.O. et Aude (parution en avril – annuels),
  - Une page dans Echappées belles en Occitanie (parution en juin – annuel),
  - Une page dans Le Journal des Plages « ailes de saison » éditions Gard, Hérault, Aude et P.O. (2 insertions) + web,
  - Une page dans le Guide de l'été (parution à partir du 26 juin), éditions Gard, Hérault Est et Ouest, Aude et Toulouse (5 insertions + web),
  - Une page dans le cahier spécial hiver région Midi-Pyrénées du Figaro magazine du 25 novembre,
  - Une page dans le dossier spécial Neiges Llugares de Nieve de la Vanguardia du 2 décembre.



## Pôle communication digitale et print

- **Campagne Espagne** (spots, programmes radio) visant à renforcer les actions des Relations Presse et de Marketing pour positionner l'offre touristique globale des Pyrénées-Orientales sur ce marché, augmenter la visibilité et la notoriété pendant l'année 2022 :
  - FemTurisme (été-automne 2022)  
Radio Marca tous les samedis de 10h00 à 11h00  
Audience : 92.000  
Parrainage programme :
    - ✓ 2 spots promotionnels quotidiens « Patrocinado por »
    - ✓ Habillage (début et fin) « Programa Patrocinado por »
    - ✓ 1 spot publicitaire personnalisé dans le programme + mention quotidienne dans le programme + remerciements
    - ✓ 4 interviews.
  - La Primera Pedra (été 2022 : mai, juin, juillet, août, septembre)  
Rac1  
Noemí Polls  
Programme été tous les samedis et dimanche de 7h00 à 8h00  
1 interview par mois.
  - SkiNeu (saison hiver 2022-2023)  
Radio Marca  
Manel Tahull  
Vendredi 13h00 à 13h30  
Parrainage programme :  
18 programmes pendant toute la saison d'hiver
    - ✓ 2 spots promotionnels quotidiens « Patrocinado por »
    - ✓ Habillage (début et fin) « Programa Patrocinado por »
    - ✓ 1 spot publicitaire personnalisé dans le programme + mention quotidienne dans le programme + remerciements
    - ✓ 4 interviews.



### Campagne avec la radio Lyon 1ère

Pour appuyer notre présence sur le salon de la randonnée à Lyon.

Dispositif comprenant 8 semaines de communication avec 80 spots radio de 20 secondes, visibilité web avec création d'une page sur lyonpremiere.fr, speaks animateurs, publications sur les réseaux sociaux et diffusion de podcasts :

- Création et production de 12 podcasts (8 de 4mn, 4 d'environ 30mn, 1 chronique par semaine avec 3 passages hebdomadaires. Pour chaque diffusion, l'ADT est citée dans l'habillage de la chronique.
- Campagne de notoriété sur les réseaux sociaux et le web : création d'une page dédiée sur lyonpremiere.fr
- Promotion de la chronique en radio : 10 spots de promotion des podcasts diffusés en radio par semaine du lundi au dimanche, soit 40 spots par mois.

[Podcasts version courte](#) et [podcasts version longue](#)



#### Performances de votre publication

<b>262 018</b> Personnes touchées		
<b>1 424</b> Réactions, commentaires et partages		
<b>474</b> J'aime	<b>399</b> Sur la publication	<b>75</b> Sur les partages
<b>102</b> J'adore	<b>92</b> Sur la publication	<b>10</b> Sur les partages
<b>1</b> Grr	<b>1</b> Sur la publication	<b>0</b> Sur les partages
<b>25</b> Commentaires	<b>10</b> Sur la publication	<b>15</b> Sur les partages
<b>824</b> Partages	<b>824</b> Sur la publication	<b>0</b> Sur les partages
<b>590</b> Clics sur la publication		
<b>150</b> Affichages de photos	<b>79</b> Clics sur un lien	<b>361</b> Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
<b>28</b> Masquer la publication	<b>21</b> Masquer toutes les publications	
<b>0</b> Signaler comme indésirable	<b>0</b> Je n'aime plus la Page	
<b>262 018</b> Personnes touchées	<b>2 014</b> Interactions	<b>Booster la publication</b>
<b>483</b>		<b>10</b> commentaires <b>624</b> partages



**Pôle communication digitale et print**

**Insertions pour le soutien de la filière Tourisme d’Affaires**

- Une page dans les Décideurs (Magazine éco de L’Indépendant, annuel, novembre 2022, print et web) dans le cadre de notre adhésion au Club de l’Eco de L’Indépendant.
- Une page dans Performances, annuel, novembre 2022 (page mise à disposition par le Conseil Départemental).

**AUJOUR’HUI EN KIOSQUE**

LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE DES  
**5 000**  
ENTREPRISES DE L’OCCITANIE

**Performances**  
Occitanie • 2022

Fichier des **5 000** entreprises  
les plus performantes  
de la région

+ 1 000 adresses

Tourisme d'affaires  
**+ de 1 000** adresses

Séminaires • Congrès • Événements • Incentives

Editeurs Esprit Média • esprit-media.com • 04 66 29 75 19

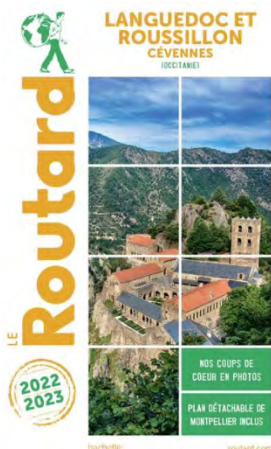
**PYRÉNÉES MÉDITERRANÉE EN PAYS CATALAN**  
LA DESTINATION DE VOS PROCHAINS ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES

**VOUS ÊTES À LA RECHERCHE D'IDÉES OU DE CONSEILS ?**

En savoir plus >

**Pôle communication digitale et print**

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



**Carpe Diem Privilèges Dossier Spécial Régions (gratuit, diffusion nationale)**

Carpe Diem Privilèges se veut l'animateur des seniors à travers 3 canaux de diffusion : auprès des Présidents de club, lors d'évènements tels que le salon des séniors et le relais sur internet via [www.carpediemprivileges.fr](http://www.carpediemprivileges.fr). Proposition d'un road trip sur 5 jours pour découvrir le département.



#### 4. Les actions en partenariat

##### Avec les Neiges Catalanes

##### Campagne mix média promotion « Montagne Hiver » 2022/2023

Cible : Nantes et Pays de Loire.

Déclinaison : Affichage – Numérique - Radio - Presse - Sets de table :

- Affichage : réseau Next One – Indoor média : 80 faces dans 40 établissements de Nantes – prévu du 10 au 23/11/22,
- Display mobile : achat de clics (2.500) géolocalisés (Nantes) sur les applis du groupe Lagardère (Météo France, Chérie FM, Madame Figaro, Ouest France, Téléstar) du 23/01 au 06/02/23,
- Hit West (Radio Régionale du Pays de la Loire) : 112 spots de 30 secondes – diffusion du 14 au 27/11/22,
- Virgin Radio (Nantes) : 112 spots de 30 secondes – diffusion du 09 au 22/01/23,
- Elle-édition régionale Pays de la Loire (44-49-53-72-85) – Diffusion à 28.000 exemplaires – 110.000 lecteurs - dossier montagne Pyrénées : ½ Page Quadri - Parutions : 24/11 au 01/12/22,
- Sud-Ouest - Un hiver dans les Pyrénées - 1 page + web, 03 et 04/12/22,
- Participation opération presse à Barcelone.

### Campagnes social media

- Campagne hiver 2022 :

Page Facebook destination en catalan « Pireneus-Orientals Turisme », du 23/11 au 16/12/22.

8 publications sponsorisées (une par station).

Personnes touchées : 227.535

Interactions : 22.813

- Campagne hiver 2022/2023 :

Page Facebook destination en Français « Pyrénées-Orientales Tourisme », du 25/11/22 au 27/01/2023.

8 publications sponsorisées (une par station).

Personnes touchées : 1.358.619

Interactions : 36.821

**Pireneus-Orientals Turisme**  
Publié par Véro Fabre [?] · 2 décembre 2022 · 🌐

Les NEIGES CATALANES 🌨️ al Parc Natural Regional dels Pirineus Catalans 🇪🇸  
 • Situat entre 1500 i 2900 m d'altitud, el domini esquiable de Les Neiges Catalanes s'estén des de l'Alt Conflent fins a la Cerdanya i el Capcir e inclou 7 zones d'esquí alpí i 1 zona d'esquí de fons.  
 ✓ FONT-ROMEU PYRENEES 2000 és una estació de muntanya autèntica, esportiva i assolida, a 1 800 metres d'altitud, enmig de boscos i a 10 km de Catalunya. Les pistes es fonen naturalment en el decorat natural, el mantell blanc s'assaboreix, al ritme d'una tranquil·litat que conviu amb els grans espais panoràmics.  
 📌 Prepara la teva estada : <https://font-romeu.fr/> <https://pyrenees2000.com/>  
<https://www.neigescatalanes.com>  
 📷 Foto Font-Romeu Pyrénées 2000

Voir la traduction



38 000 Personnes touchées | 3 329 Interactions | [Booster à nouveau](#)

#### Performances de votre publication

38 000 Personnes touchées

2 128 Réactions, commentaires et partages 🗨️

1 812 👍 aime	1 761 Sur la publication	51 Sur les partages
170 ❤️ j'adore	160 Sur la publication	10 Sur les partages
1 😂 Haha	1 Sur la publication	0 Sur les partages
3 😮 Wouah	3 Sur la publication	0 Sur les partages
2 😞 Triste	2 Sur la publication	0 Sur les partages
2 😡 Grrr	2 Sur la publication	0 Sur les partages
38 Commentaires	36 Sur la publication	2 Sur les partages
101 Partages	100 Sur la publication	1 Sur les partages

1 201 Clics sur la publication

201 Affichages de photos | 64 Clics sur un lien 🗨️ | 936 Autres clics 🗨️

Boostée le 2 déc 2022 Par Véro Fabre | Terminée

Personnes touchées | 43,2 K | Interactions avec la... | 3,6 K

**Pyrénées-Orientales Tourisme**  
Publié par Véro Fabre [?] · 6 janvier · 🌐

Les NEIGES CATALANES 🌨️ au cœur du Parc Naturel Régional des Pyrénées Catalanes 🇪🇸  
 • Situé entre 1500 et 2900 m d'altitude, le domaine skiable des Neiges Catalanes qui s'étend du Haut Conflent à la Cerdagne et le Capcir, compte 7 domaines de ski alpin et 1 domaine de ski nordique.  
 ✓ Avec ses domaines de la Calmazelou ou de la Serre de Maury, FORMIGUERES vous offre un espace de 65 hectares au cœur de la forêt ou vous profiterez d'un beau dénivelé de 700 mètres. Au départ de la station, le site classé des lacs des Camporells est à parcourir en ski de randonnée ou en raquettes. Il se compose de douze lacs, ainsi qu'une faune et une flore emblématique des Pyrénées.  
 📌 Préparez votre séjour : [trio-pyrenees.com/formigueres/](https://www.neigescatalanes.com/)  
<https://www.neigescatalanes.com/>  
 📷 Formigüeres



321 015 Personnes touchées | 8 383 Interactions | [Booster à nouveau](#)

#### Performances de votre publication

321 015 Personnes touchées

4 313 Réactions, commentaires et partages 🗨️

3 554 👍 aime	3 502 Sur la publication	52 Sur les partages
427 ❤️ j'adore	410 Sur la publication	17 Sur les partages
3 😂 Haha	3 Sur la publication	0 Sur les partages
20 😮 Wouah	18 Sur la publication	2 Sur les partages
2 😞 Triste	2 Sur la publication	0 Sur les partages
3 😡 Grrr	3 Sur la publication	0 Sur les partages
93 Commentaires	78 Sur la publication	15 Sur les partages
213 Partages	213 Sur la publication	0 Sur les partages

4 070 Clics sur la publication

703 Affichages de photos | 30 Clics sur un lien 🗨️ | 3 337 Autres clics 🗨️

#### COMMENTAIRES NÉGATIFS

6 Masquer la publication | 9 Masquer toutes les publications

0 Signaler comme indésirable | 0 Je n'aime plus la Page

Boostée le 6 jan 2023 Par Véro Fabre | Terminée

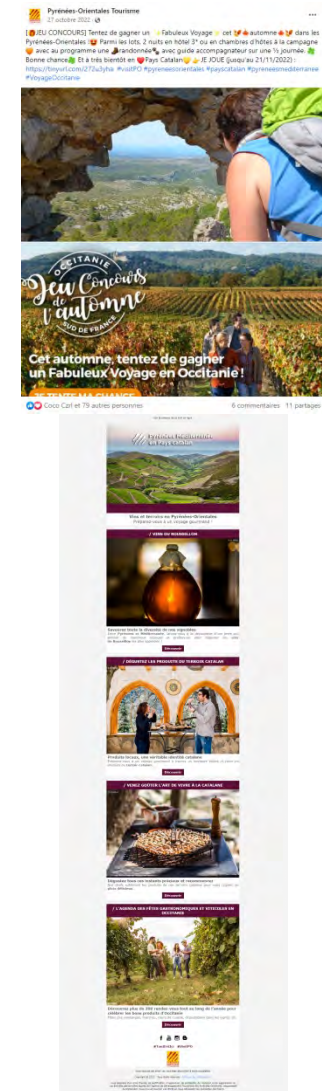
Personnes touchées | 317,0 K | Interactions avec la... | 5,1 K

**Avec le CRTL Occitanie Sud de France**

⇒ Participation au plan d'action « Tremplin » : soutien des filières et destinations oenotourisme, thermalisme, vélotourisme, contrat de Destination littoral.

⇒ Poursuite du travail mené dans le cadre d'une GRC partagée :

- Actions de collecte partagées :
  - Objectif : mutualiser les ressources du CRTLO et des ADT pour collecter des contacts qualifiés à coût réduit.
  - Dispositif : 4 jeux concours organisés ensemble et répartis sur un an (un jeu par saison).
  - Ressources : le CRTLO procède à la réalisation graphique et technique des jeux sur la plateforme « Kimple ». Chaque ADT propose un séjour par jeu d'une valeur de 400€ par lot en moyenne sur l'année, soit 1.600€ par an maximum.
  - Résultat : plus de 10.000 contacts « opt-in » qualifiés.
- Actions d'animation partagées : emailings cyclo et agri-oenotourisme
  - Objectif : prendre la parole ensemble à un instant T pour renforcer notre notoriété sur une thématique prioritaire partagée à l'échelle régionale et départementale.
  - Dispositif : un email régional trimestriel renvoyant sur le site de chaque ADT et un email de chaque ADT renvoyant sur le site du CRTLO.
  - Ressources : ressources humaines internes de chaque organisme ainsi que les frais de routage (quelques dizaines d'euros par emailing).
  - Résultats : pour l'emailing cyclotourisme, 853.949 personnes touchées au total, pour l'emailing agri-oenotourisme, 431.347 destinataires touchés au total.
- Envoi d'emailings et mise en ligne sur notre site pro pour relayer les enquêtes et diverses informations aux professionnels de notre département.
- Participation aux Convergences Touristiques 2023 (octobre 2022).





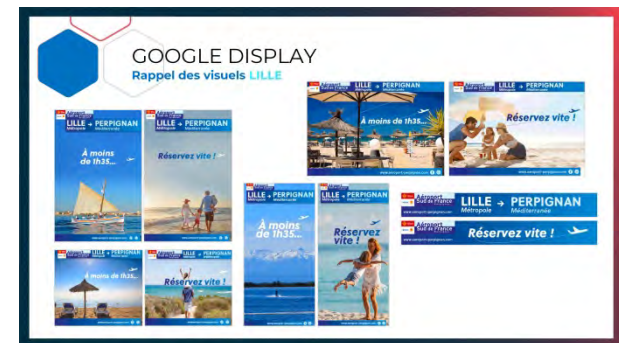
## Pôle communication digitale et print

### Avec le Département

- Participation au travail préalable et aux réunions pour la mise en place d'une carte ambassadeurs.
- Relayer des enquêtes et diverses informations aux professionnels du département via l'envoi d'emails et la mise en ligne sur nos sites pro et grand public.
- Salon des Occasions du Multicoque et du Refit : mise en relation des organisateurs, des services communication et protocole du Conseil Départemental pour la partie communication et le stand.
- Participation aux groupes de travail de l'ADT mis en place suite au Conseil d'Administration et au Bureau de fin d'année 2021.
- Participation aux ateliers territoriaux dans le cadre de la nouvelle Stratégie Départementale de Développement du Tourisme et des Loisirs 2023-2029.
- Relectures et diverses contributions aux éditions : Pass Découvertes 2022, articles pour le journal « Mon Département », éditos, etc.
- Recherche et envoi de photos issues de notre base via la Team Multimédia.

### Avec l'aéroport

- Campagnes en soutien des lignes Nantes et Lille/Perpignan : dispositif 100% digital (Facebook, Google Adwords, Google Display, du 6 avril au 19 août 2022 sur l'ensemble des 3 leviers.
- Recherche de photos pour ces campagnes.



Contact : Isabelle SOBRAQUÈS – 04 68 51 52 82 – [isabelle.sobraques@adt66.com](mailto:isabelle.sobraques@adt66.com)

## Pôle production multimédia



### **Notre équipe :**

Pascale Gimenez et Isabelle Sobraquès - Responsables de service  
Béatrice Bantégny, Marjorie Guallar

## Pôle production multimédia

### Nos missions

Poursuite de la stratégie de production de contenus, post-production, création graphique en autonomie pour valoriser nos thématiques fortes sur les 4 espaces géographiques et au rythme des 4 saisons.

### Production de Contenus

Nous réalisons des reportages (photos et vidéos), des vidéos destination et thématiques pour répondre à nos besoins ainsi qu'à ceux de nos partenaires. Nous enrichissons notre photothèque avec des prises de vues actuelles réalisées sur les 4 espaces géographiques, les 4 saisons et en cohérence avec nos thématiques prioritaires. L'accent est mis sur des clichés « ambiance et immersion » où l'humain occupe une place centrale. Nous avons également créé des synopsis et des notes d'intention pour la réalisation de nos vidéos.

### Vidéos

**Destination PO 2022:** 1'30 & 45 secondes

**Objectif :** cette vidéo est un hommage à la diversité de nos espaces préservés, protégés. Elle stimule les sens, crée une intimité, une complicité. Une destination respectant nos valeurs : le [tourisme durable](#), immersif, l'engagement auprès de nos partenaires, la promesse d'un bien-être.

**Vidéos images libres de droit pour diffusion TV :** Littoral 1'30 et Montagne été 1'30.

**Objectif :** suite aux demandes des journalistes accueillis par l'ADT, nous avons réalisé deux vidéos afin qu'ils puissent intégrer les images des Pyrénées-Orientales dans leurs reportages.



## Pôle production multimédia

**Tourisme d'affaires** : 50 secondes

**Objectif** : mise en avant des Pyrénées-Orientales, en tant que destination TAF : promouvoir, valoriser, fédérer, mettre en avant les professionnels et les infrastructures de ce secteur. [Vidéo](#).



Tourisme d'affaires Pyrénées Orientales

**Vidéos pour les réseaux sociaux :**

- **2 vidéos en mode ASMR – Montagne été et littoral, durée 1'30 mn chacune**  
**Objectif** : ces vidéos mettent l'accent sur les secteurs majeurs de notre destination en stimulant les sens via le mode ASMR.
- **Vidéos créées en format vertical, durée des [story](#) : 10 à 15 secondes**  
**Objectif** : ces vidéos mettent l'accent sur nos différents espaces géographiques, les activités de Pleine nature, les sites culturels etc., pour répondre aux attentes de nos communautés.

## Pôle production multimédia

### Projets 2022/2023 :

- **Destination PO Slow Tourisme**

**Esprit de la vidéo** : l'accent sera mis sur les territoires méconnus ou un peu oubliés afin de désengorger les lieux phares, tout en les évoquant avec justesse. Nous contribuons, ainsi, à une meilleure répartition du flux des vacanciers dans les Pyrénées-Orientales et à un développement touristique et économique etc. Elaboration d'un synopsis et d'une note d'intention.

- **Destination PO 2022 diffusion auprès des partenaires : 6 mn**

**Objectif** : cette vidéo permettra à l'ensemble des partenaires de diffuser des images de la Destination dans leurs établissements ou/et lors de leurs démarchages. Elaboration d'un synopsis et d'une note d'intention.

### Reportages photos :

#### Hiver :

- Sainte-Marie-La-Mer, Port-Vendres, Céret (musée et Village).

#### Eté/Automne :

- **Agly /Fenouillèdes** : Opoul, Saint Paul de Fenouillet (Le Chapitre), Fenouillet, Cirque de Vingrau, gorges de Saint Jaume, rivières Latour de France, Rasiguères Planèzes, chapelle Notre Dame Laval Caudiès
- **Littoral** : Saint-Laurent-de-la-Salanque, étang de Salses, paysages, kite surf, wing.



### Post-Production :

Nous assurons la post-production de nos contenus audio-visuels pour alimenter nos outils digitaux (sites web grand public et professionnel, réseaux sociaux).

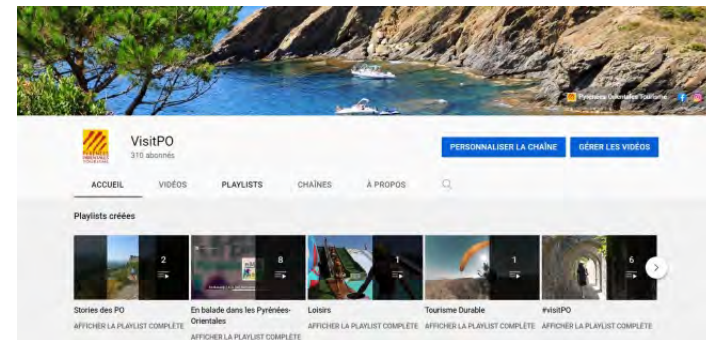
## Pôle production multimédia

### Création graphique :

Spécialisés dans la PAO (Publication Assistée par Ordinateur), nous réalisons des supports et visuels utilisés pour nos campagnes de communication et insertions. Nous créons également des éléments graphiques pour illustrer et habiller différents supports : flyers, brochures, rapports, power point, emailing, newsletters, textes de présentation etc.

### Chaîne YouTube [VisitPO](#) :

Nous animons et enrichissons notre chaîne YouTube.



### Les partenariats 2022 :

#### Restaurants La Criée : diffusion de la vidéo de destination d'août à septembre

La Criée regroupe 50 restaurants de Poissons, Moules et Fruits de Mer à travers toute la France (Paris, Nord de la France, Strasbourg, Lyon, Limoges, Clermont-Ferrand, Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Marseille etc.). 3 millions de clients par an.

#### Event : Swimrun Côte Vermeille 17 et 18 juin

Diffusion du film « [Le plus beau des terrains de jeu](#) » sur toute la durée de l'évènement, Ecran LD de 3mx2m positionné à l'arrivée.

#### Podcasts « En Balade en Pyrénées-Orientales », radio Lyon 1<sup>er</sup>

8 [Podcasts](#) habillés par la Team multimédia pour la mise en ligne sur notre chaîne YouTube et diffusion sur nos réseaux sociaux.

**Contact** : Isabelle SOBRAQUÈS – 04 68 51 52 82 – [isabelle.sobraques@adt66.com](mailto:isabelle.sobraques@adt66.com)  
Pascale GIMENEZ – 04 68 51 52 68 – [pascale.gimenez@adt66.com](mailto:pascale.gimenez@adt66.com)

## Notes

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ADT DES**

**Pyénées-Orientales**

**AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES PYRÉNÉES-ORIENTALES**

2 Boulevard des Pyrénées - CS 80540 - 66005 PERPIGNAN CEDEX

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

[pro-tourismeadt66.com](http://pro-tourismeadt66.com) - [tourisme-pyreneesorientales.com](http://tourisme-pyreneesorientales.com)

Pyénées Méditerranée en Pays Catalan