

Agence de Développement Touristique



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2019



SOMMAIRE

Direction	4
Observatoire et prospective	8
Qualification, structuration de l'offre et Système d'Information Touristique	11
Labellisation	14
Marketing	17
Relations Presse	24
Communication digitale et print	35
Blog.....	49



DIRECTION

GOVERNANCE ADT

- Bureau - 10/01/19
 - Attribution des fonctions des membres du Bureau

- Conseil d'Administration - 11/06/19
 - Présentation du rapport d'activité 2018
 - Présentation des comptes de l'exercice 2018
 - Arrêté des comptes de l'exercice 2018
 - Plan d'action 2019

- Assemblée générale ordinaire - 25/06/19
 - Rapport de gestion du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale
 - Approbation du rapport moral de la Présidente – Rapport d'activité 2018
 - Présentation des comptes de l'exercice 2018
 - Lecture du rapport général du Commissaire aux Comptes
 - Approbation des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2018
 - Approbation du plan d'action 2019
 - Approbation du budget 2019
 - Présentation par la Présidente de la Stratégie Départementale du Tourisme et des Loisirs 2019 - 2023

- Assemblée générale - 01/10/19
 - Convention Cadre d'Objectifs et de Moyens 2019 – 2023 avec le Conseil Départemental
 - Missions prises en charge par l'ADT dans le cadre de c
 - Projection de la nouvelle organisation de l'ADT
 - Pistes de plan d'action 2020
 - Présentation de la stratégie positionnement et appellation de la destination départementale

- Conseil d'administration - 12 novembre
 - Projection résultat 2019
 - Plan d'action 2020
 - Proposition d'orientations budgétaires 2020





PRINCIPALES MISSIONS TRANVERSALES

- Travail de co-élaboration de la Stratégie Départementale du Tourisme et des Loisirs 2019 – 2023
- Participation aux différents copil et cotech des 3 GSO des PO
- Réorganisation des services avec le cabinet ORHA
- Conception du site pro
- Participation au club de l'éco de l'Indépendant
- Adhésion au cercle Stendahl
- Rencontres professionnelles « tourisme-days » avec la CCI
- Participation aux multiples réunions, opérations, rencontres du CRT

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

- Gestion du courrier et de l'agenda de la direction.
- Coordination ADT/Département - Coordination Direction/Chefs de service.
- Vie statutaire : préparation des Assemblées Générales et Conseil d'Administration, comptes rendus, déclarations Préfecture...
- Gestion des demandes d'emploi et de stage : 25 demandes en alternance, 37 demandes d'emplois, 34 demandes de stage
- Mise en concurrence des fournisseurs : 3 marchés, 7 recommandations
- Gestion des formations des salariés : mise en place, suivi de l'enveloppe budgétaire, inscriptions : 22 formations, 13 salariés concernés, 315 heures
- Mise à jour de fichiers divers.

COMPTABILITE – FINANCES – GESTION RH EN COURS

- Gestion de la paye
- Contrôle du budget et suivi des modifications budgétaires
- Assurer la mise en œuvre des procédures liées à la gestion des ressources humaines (1 rupture conventionnelle sur 2019)
- Suivi et contrôle de l'exécution des contrats et conventions
- Comptabilité générale de la structure
- Gestion des imputations analytiques pour la présentation sur les 4 pôles de l'ADT
- Coordonner les outils extracomptables pour la clôture d'exercice
- Assurer les relations avec le cabinet d'expert-comptable et celui du commissaire aux comptes
- Assurer les relations avec le cabinet d'avocats.
- Assurer le suivi du planning
- Gestion des congés payés, la RTT, les tickets restaurants

LOGISTIQUE

- Gestion et suivi des stocks : fournitures, matériels (réapprovisionnement, inventaires...), suivi des fiches de prêts et contrôle retour matériel, opérations de promotion / presse, archives, réception des livraisons des éditions (local), diffusions des éditions ADT auprès des structures publiques et privées.
- Gestion et suivi commandes fournisseurs : définition des besoins / réapprovisionnement, devis pour matériel et fourniture, achats, récupération marchandises chez le fournisseur.
- Relations fournisseurs : enlèvement des colis, abonnements et consommation (autoroute - carburant), suivi véhicules, gestion et suivi parc photocopieurs et nettoyage des locaux.



- Relations avec les services du Département : demandes et suivis des interventions en lien avec les services (DLB – DSI – Gestion Patrimoine), sécurité des locaux, sinistres locaux.
- Gestion interne : parc informatique, évènements et réceptions internes, gestion des besoins, en fournitures, inventaire stock, pilon pour le service comptabilité, agencement suite à réorganisation.

ACCUEIL

- Accueil physique et téléphonique des professionnels et institutionnels du Tourisme.
- Traitement des demandes de documentation.
 - 119 demandes par mail
 - 221 demandes par téléphone et courrier postal
 - 543 demandes via le site web et les pages Facebook
- Fêtes et Manifestation / “Actus” :
 - Recherche, collecte et saisie des actualités présentes sur le site web de l’ADT.
 - Gestion du bordereau « Fêtes et Manifestations » présentes sur le site web de l’ADT.
 - Plus de 7600 évènements validés, présentés sur le site web de l’ADT et visibles sur les sites web des offices de tourisme.
- Apprentissage et formation des BTS Tourisme.
- Présence en opérations extérieures (Nouveaux Catalans, Bourse d’échanges, Salon du multicoque, Salon des Sports de Nature, accueils presse...).
- Affranchissement courrier.
- Préparation de commandes de doc en nombre (professionnels).

OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE

Observatoire et prospective

LES CHIFFRES CLES

- **31,5 millions** de nuitées
- **676.846 lits touristiques**
- **8 millions** de visiteurs par an
- **3,8 millions** de touristes
- **4,2 millions** d'excursionnistes
(**88%** de français, **12%** d'étrangers,
93% viennent en voiture, **5%** viennent en train,
2% viennent en avion)
- **7^{ème}** département touristique français
- **7 stations** de montagne
- **5 stations** thermales
- **8,7 jours** de durée moyenne de séjour
- **11000 emplois** touristiques soit **8%** des emplois
- **1,4 milliard €** de consommation touristique
- **42,30 €** de dépense moyenne par nuit et par touriste
- **10 stations** balnéaires



- Partenariat avec l'INSEE, différentes institutions et différents cabinets d'étude qui participent à l'observation touristique départementale et intra-départementale afin de mettre à disposition des acteurs publics et privés du tourisme des données nécessaires à une meilleure connaissance de la demande et de l'offre.
- Fin de l'enquête qualitative en partenariat avec la Région Occitanie et les 13 départements via internet (septembre 2018/septembre 2019) auprès des clients des hébergements marchands et non marchands. Début des traitements fin 2019
- Journées de sensibilisation et de restitution d'éléments d'observations aux acteurs touristiques locaux.
- Communication et mises à jour des données via le site internet dédié à l'Observation Touristique (site Pro, www.cdt66-observatoire.com).
- Elaboration des chiffres clés du tourisme.
- Mise en place d'enquête de conjoncture pour suivre le plus rapidement et le plus efficacement possible les tendances.
- Interface avec la Région Occitanie pour la mise en place de dispositifs communs d'observation en partenariat avec les treize autres départements selon les thématiques étudiées.
- Veille et prospective pour anticiper les mutations du secteur touristique à venir, participation à des colloques en lien le plus souvent avec ATOUT France et/ou la Région...
- Rôle de conseil envers les acteurs publics et privés du tourisme à la recherche d'éléments pertinents liés au développement des loisirs et du tourisme.



NOUVEAUTES 2019

- Amélioration de l'outil de suivi de la fréquentation des sites de loisirs du département à travers un questionnaire sur internet (+ 250 sites concernés) mesurant la fréquentation de ces derniers. Ces données sont disponibles sur le site pro de l'Observatoire.
- Lancement de la Chronique de l'Observatoire. Mise en ligne sur notre site Pro
- Etude sur les résidences secondaires dans les P.O. Répartition français / étrangers des propriétaires. Mise en ligne sur notre site Pro
- Achat de l'étude sur le Suivi de la Demande Touristique des Français (SDT). Elle est l'étude de référence sur la mobilité touristique des Français, réalisée pour le compte du Ministère en charge du Tourisme et des régions et départements. **Elle recense et décrit l'ensemble des voyages des français comportant au moins une nuit passée hors de leur domicile. Elle est réalisée par la SOFRES / KANTAR**
- FLUX VISION ORANGE : Dossier lié à la téléphonie mobile. Poursuite du programme recherche et développement en concertation avec la région Occitanie et les 13 autres départements. Mise en place de périmètres d'observation plus fins, notamment au niveau des communautés de communes du département.

QUALIFICATION & STRUCTURATION DE L'OFFRE

Qualification, structuration de l'offre et Système d'Information Touristique

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

MARQUE QUALITE TOURISME ET QUALITE TOURISME OCCITANIE SUD DE FRANCE



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

QUALIFICATION VELO

- Travail collaboratif avec le Département sur le développement du tourisme à vélo (Schéma cyclable départemental) et les itinéraires VTT (PDIPR)
- Qualification des professionnels de la filière vélo (réparateurs, accompagnateurs, loueurs) en lien avec les Offices de Tourisme indépendants, communautaires ou intercommunautaires.
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte « vélo ».

QUALIFICATION RANDONNEE PEDESTRE

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

QUALIFICATION PATRIMOINE

- Mise à jour des données du Pass Patrimoine 66
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte Touristique.

SUIVI DES CLASSEMENTS DES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES ET DES MEUBLES DE TOURISME

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

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

- Conventions entre l'ADT et les contributeurs et/ou utilisateurs de la base de données départementale.
- Suivi de la base de données qualification et travail d'harmonisation de la base de données
- Hotline pour les offices de tourisme
- Travaux avec le CRT sur la qualité de la donnée

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

- Maintenance et assistance technique auprès des structures adhérentes au SITI (64 structures représentant près de 400 utilisateurs), Hotline.
- Aide technique à l'alimentation des sites web des structures : suivi des alimentations web entre la base de données et les sites, actions correctives (+ de 60 sites alimentés)

DEVELOPPEMENT DU SYSTEME D'INFORMATION TOURISTIQUE (SITI*)

- Mise en place de nouveaux modules notamment dans le cadre d'actions d'e marketing (sms, e-brochures) et de collecte de données directes via les professionnels (VIT)
- Adaptation du système aux nouvelles règles de la RGPD



**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...).*

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

En 2019, la base de données des Pyrénées-Orientales réunissait 29 450 offres touristiques.

21 800 offres de type hébergements (aires de camping-cars, hébergements collectifs, hébergements locatifs hôtels, campings résidences de tourisme, villages de vacances), restauration, patrimoine naturel et culturel, équipements de loisirs, itinéraires touristiques (pédestre, équestre, vélo...), prestataires d'activités, producteurs de terroir, agences immobilières, offices de tourisme, commerces et services.

7650 fêtes et manifestations.

LABELLISATION

Labellisation

MARQUE TOURISME ET HANDICAP

2019 : année de transition et de changement

Depuis le 1^{er} janvier 2019, le fonctionnement des commissions territoriales d'attribution de la Marque « Tourisme & Handicap » a changé suite à la suppression de la compétence Tourisme des DIRECCTEs.

Dans le cadre d'un marché public, la DGE a désigné le réseau national « Tourisme & Territoires » pour l'assister dans la gestion et l'attribution de la Marque « Tourisme & Handicap » et mettre en place une nouvelle organisation. Elle a proposé de confier l'organisation des commissions territoriales à des « référents territoriaux » soit à l'échelle régionale, départementale ou interdépartementale.

C'est ainsi que les cinq ADT Est Occitanie (Pyrénées-Orientales, Aude, Hérault, Gard et Lozère), déjà partenaires depuis 19 ans sur cette marque nationale, ont signé une convention pour mettre en œuvre une commission interdépartementale Est Occitanie, présidée, pilotée et animée par l'ADT de l'Hérault, et ce pour une durée de 2ans. La première Commission Interdépartementale a eu lieu le 17 Décembre dernier à Hérault Tourisme sur ce nouveau modèle.

10 visites de maintien de labellisation ont été effectuées durant cette année ainsi que 5 nouvelles visites sur le village de gîtes adaptés « Alter et Go » sur Marquixanes et sur le Bureau d'Information Touristiques de Perpignan Méditerranée Tourisme à la Loge de Mer.



AUTRES ACTIONS :

- réunion de sensibilisation au Palais des Rois de Majorque pour tous les sites du Département,
- réunion de sensibilisation à la Chambre d'Agriculture pour les agriculteurs souhaitant intégrer le tourisme dans leur activité (camping à la ferme, bienvenue à la ferme...)
- Réunion de sensibilisation au Boulou lors des rencontres du tourisme sur la commune ;
- Participation aux « Vendredis du Handicap » initiées par la MDPH, aux Journées Nationales Tourisme et Handicap au PRM, à une réunion de présentation à l'Association « Handisertion »
- Participation à l'Accueil Presse « Yanous », magazine francophone du handicap avec Laurent LEJARD et Philippe GIMET du 12 au 17 Juin 19 pour un article « A l'orient des Pyrénées »
- Mise en place d'une rubrique spécifique sur le site professionnel de l'ADT www.pro-tourismeadt66.com



Handisertion



Formation TH Sites du Département



Journée TH au PRM



Accueil Presse Yanous



Visite TH village Alter et Go

ACCUEIL VELO

Une trentaine de visites pour la marque Accueil Vélo ont été effectuées sur des meublés et ou chambres d'hôtes, des hôtels, des résidences de tourisme, des Bureaux d'Informations Touristiques, des sites touristiques, des restaurants, des réparateurs et ou loueurs de vélos.

Fin 2019, quelques 40 structures ont obtenu la marque Accueil Vélo sur les 2 principaux itinéraires cyclables : l'Euro Vélo 8 (La Méditerranée à Vélo) et Pirinexus.

AUTRES ACTIONS :

- Participation à une réunion sur la Méditerranée à Vélo avec les OT de l'itinéraire à l'ADT

- Rencontre nationale des référents Accueil Vélo à Paris initiée par France Vélo Tourisme et Tourisme & Territoires
- Réunion de sensibilisation au Boulou lors des rencontres du tourisme sur la commune
- Participation à l'accueil de Monsieur MOREAU DELACQUIS, journaliste, pour le vélo guide Ouest France « La Méditerranée à Vélo » du 24 au 28 Juillet dernier
- Mise en place d'une rubrique spécifique sur le site pro de l'ADT www.pro-tourismeadt66.com



Sensibilisation Th et ACV au Boulou

Accueil de Mr MOREAU DELACQUIS pour ACV



« Article de presse de l'Indépendant - déc 2019 » Rencontres du Tourisme – Le Boulou

MARKETING

Marketing

ANIMATION ET SUIVI DES QUATRE THEMATIQUES FORTES ET DES FILIERES PRIORITAIRES



THEMATIQUES :

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

FILIERES :

- Croisière
- Tourisme d'Affaires
- Tourisme Industriel

DOSSIERS DE FOND :

- Tourisme Durable (adhésion à l'association « Acteurs du Tourisme Durable »)
- Comité Régional du Tourisme : participation aux réunions dans le cadre de la définition de la stratégie Marketing et élaboration du plan d'actions. Participation aux réunions pour le suivi des GSO (Grand Sites Occitanie). Participation aux réunions des commissions thématiques et clubs.
- Suivi des GSO départementaux
- Suivi Euro Vélo 8 – La Méditerranée à vélo : réunions, travail stratégie Marketing et conception de produits, participation aux réunions de co-pilotage
- Confédération Pyrénéenne du Tourisme : suivi de l'élaboration du plan d'actions et des propositions d'actions ouvertes aux partenaires de la CPT
- EPIREMED : projet POCTEFA tourisme durable transfrontalier. Partenariat avec les acteurs départementaux (ADE, CCI, Communautés de Communes, OTI etc.).

DIGITAL :

- Contributions aux articles blog
- Alimentation du site pro, sur les parties « filières »

Organisation d'opérations.

L'ADT 66 est sur le terrain pour promouvoir la Destination Pyrénées-Orientales, en collaboration avec ses partenaires. Le service Marketing met en place le plan d'actions « Marketing Opérationnel » et organise ou participe à des opérations auprès des professionnels et du grand public (salons,



événements médiatiques ou rencontres professionnelles) pour faire connaître et mettre en marché l'offre touristique de son territoire en France et à l'étranger. Elle fédère, stimule, anime l'ensemble des acteurs du secteur, par des échanges et des rencontres, en mutualisant les moyens et en proposant des actions communes fortes.

SALON INTERNATIONAL DE LA PLONGEE SOUS-MARINE, PARIS : 11 - 14 JANVIER 2019

63 211 visiteurs (+ 4% par rapport à 2018)

30 m² dédiés à la plongée dans les Pyrénées-Orientales.

Partenaires : l'Office du Tourisme Intercommunal Pyrénées-Méditerranée, 5 centres de plongée : Aquablue plongée & Rederis à Banyuls-sur-Mer, Le Paradis des bulles & C.A.P. à Port-Vendres, Plongée Cap Cerbère

Nouveauté : Pass découverte PO 156 € les 6 plongées (prix spécial salon), mis en place par 3 centres présents C.A.P Port-Vendres, Rederis Banyuls/Mer et Plongée Cap Cerbère.

Rendez-vous incontournable de la plongée sous-marine, le plus grand rassemblement de plongeurs

L'ADT avait également rendez-vous avec les blogueurs de « Spotmydive », blog influent dans le milieu de la plongée. Mise en place d'une collaboration, à long terme afin d'alimenter régulièrement leur blog sur la destination Plongée en Pyrénées-Orientales. L'objectif est de caler leur 2nd séjour avec la découverte de la plongée sous glace.



OPERATION LEONARD, BELGIQUE : 12-13 JANVIER 2019

Afin d'optimiser la réservation d'un circuit groupe programmé sur son territoire, l'ADT des Pyrénées-Orientales a répondu favorablement à l'invitation de l'autocariste belge Léonard, visant à participer à son propre salon sur un espace Occitanie, hôte d'honneur de cette vingtième édition, en raison des 12 circuits qui la concernent.

C'est donc aux côtés du CRT, de l'Office du Tourisme de Montpellier, de l'ADT de l'Hérault et d'hôteliers du Gers et du Lot, que l'ADT des Pyrénées-Orientales a pu mettre en avant les stations de Collioure, Canet et Perpignan programmées par Léonard et également promouvoir l'ensemble de l'offre touristique du département pour le compte d'une clientèle individuelle, s'avérant très intéressée et prête à pré-réserver son séjour sur le salon.

SALON DU RANDONNEUR, LYON 22 AU 24 MARS 2019

L'ADT a coordonné et accompagné les professionnels et les institutionnels des Pyrénées-Orientales au 13ème salon du Randonneur de Lyon. Avec plus de 18 000 visiteurs, ce salon très ciblé offre la possibilité d'identifier et de rencontrer une clientèle adaptée et particulièrement motivée.

Sur un espace de 24 m², l'offre Pleine Nature et Randonnée du territoire des Pyrénées-Orientales était représentée par 10 professionnels/institutionnels.

WORKSHOP RENDEZ-VOUS EN FRANCE, MARSEILLE 18-20 MARS 2019

Salon professionnel « Rendez-vous en France » permet d'établir et de renforcer nos contacts avec des prescripteurs venus du monde entier. L'A.D.T. a reçu une trentaine de tour-opérateurs en provenance des Etats-Unis, d'Inde, d'Australie, du Japon, de Chine, de Croatie, de Bulgarie.... Les rendez-vous ont été fructueux autour de demandes très ciblées : hébergements 3, 4* & 5* ou atypiques, randonnées pédestres, cyclos, et équestres, lunes de miel, séjours culturels gastronomiques et affaires. Des Tour-opérateurs à la recherche d'expériences authentiques à proposer à des clients individuels ou à des groupes de 10 à 50 personnes.

PRETOUR & WORKSHOP DESTINATION OCCITANIE 30-31 MARS 2019

20 patrons autocaristes de l'Est, ont choisi de découvrir les Pyrénées-Orientales dans le cadre du « Prétour Destination Occitanie », organisé par le Comité régional du Tourisme en partenariat avec l'ADT, le but étant de générer de nouvelles programmations de circuits à destination d'une clientèle « groupes ».

Le workshop du 01/04 clôturait cette manifestation, permettant ainsi à l'ADT d'entendre entre autres, les projets du CE Air France via ses représentants Stéphanie Fourain et Hervé Capdevielle : séminaires pour les cadres régionaux et séjours loisirs type famille pour les salariés Toulousains.

SALON NATUR@VENTURE, MONTPELLIER 12-14 AVRIL 2019

5000 Visiteurs, un public de qualité et intéressé par notre destination

20 m² entièrement dédié à la Pleine Nature dans les Pyrénées-Orientales

Rendez-vous montpelliérain qui répond aux attentes des passionnés des sports outdoor. Ils ont pu faire le plein d'idée pour leurs prochaines vacances ou escapades.

Partenaires : OTI Pyrénées Méditerranée, OTC Pyrénées Cerdagne, OT Amélie Les Bains, OTI Haut Vallespir Sud Canigó, OTI Conflent Canigó



RENCONTRES TOURISME D'AFFAIRES, PALAIS DES CONGRES, PERPIGNAN 2 AVRIL 2019

En présence de :

La Chambre de Commerce et d'Industrie des PO

L'Agence de Développement Economique Pyrénées Invest

L'Office du Tourisme Communautaire Perpignan Méditerranée

Le Palais des Congrès de Perpignan

L'Agence de Développement Touristique des PO

L'objectif est de créer une dynamique de Réseau, et répondre aux attentes des acteurs

SALON IMEX, FRANCFORT, ALLEMAGNE 21-23 MAI 2019

A l'invitation du Palais des Congrès et des Expositions de Perpignan et dans le cadre de la dynamique Tourisme d'Affaires récemment impulsée, l'ADT a participé à ce salon professionnel.

Sur l'espace Occitanie du stand d'Atout France de nombreuses agences ont pu disposer de toutes les informations relatives aux offres de la ville et du département nécessaires à l'organisation de leurs projets :

Global Manager (United States) ayant choisi d'organiser à Perpignan un congrès 2000 personnes pour une association spécialisée dans le Bien-Etre en octobre 2020.

Blue Travel Events (Paris), positionné sur un édificateur début septembre, afin de repérer des infrastructures pour la convention annuelle de son client Capgemini (première entreprise de services du numérique en France et numéro six mondial du secteur en 2016).

ICCA, the International Congress and Convention, association qui accompagne et facilite l'organisation des plus importants meetings mondiaux.

WORKSHOP GREEN FRANCE, VICHY 13 MAI 2019

Le salon professionnel « Green France », normalement dédié à la promotion du Massif Central, a ouvert quelques stands à la région Occitanie. C'est à cette occasion que l'ADT s'est positionnée.

Ce workshop offre l'opportunité de rencontrer un maximum de prescripteurs internationaux spécialisés sur la Pleine Nature et le Bien-être.

Nous avons reçu 14 tour-opérateurs allemands, canadiens, écossais, italien, espagnol... Les rendez-vous ont été fructueux, les demandes étaient très ciblées : hébergements (refuges, hôtels 3, 4* ou atypiques, randonnées pédestres, trail ... Des tour-opérateurs à la recherche d'expériences authentiques à proposer à des clients individuels ou à des groupes de 10 à 30 personnes.



VEILLE NATURAL GAMES, MILLAU 28 JUIN 2019

100 000 festivaliers, plus de 3500 athlètes.

Sollicitée par l'ADT de l'Aude pour un partage d'espace et démarchée par les organisateurs et, l'ADT des Pyrénées-Orientales a entrepris une veille de la 12ème édition des Natural Games, festival mondial des sports outdoor, organisé annuellement sur le site de Millau, au cœur du Parc Naturel Régional des Grandes Causses.

Il peut nous permettre de :

- Fédérer les professionnels d'activités de pleine nature « speed » du département.
- Développer une approche intimiste du client (seulement une cinquantaine d'exposants)
- Mettre en avant nos spots, activités et événements outdoor « speed » auprès de cibles « jeunes » (73% des visiteurs ont entre 18 et 35 ans), sportifs et familles.
- Constituer un fichier d'influenceurs français et internationaux ciblé (athlètes, bloggeurs, journalistes)



SAVEURS OCCITANIE, TOULOUSE, 2 JUILLET 2019

La Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales et Bienvenue à la Ferme nous ont sollicité pour être présent le 3 juillet, au Square Charles de Gaulle, Toulouse afin de présenter l'offre touristique de la Destination aux côtés des producteurs du département.

JOURNEE INTERNATIONALE UPVD PERPIGNAN 03 OCTOBRE 2019

L'UPVD a organisé sur son campus du Moulin à Vent la 2e édition de sa Journée Internationale. L'ADT était présente. Une belle rencontre entre les différentes nationalités étudiantes qui nous a donné l'occasion de mettre en avant les activités culturelles, de pleine nature de notre Destination.

WORKSHOP FRANCE MEDITERRANEE, MARSEILLE 04-05 OCTOBRE 2019

Le Workshop organisé par Atout France Italie, a permis à l'ADT de jouer son rôle de médiateur entre l'offre touristique départementale et les diverses demandes de plus de 88 Tours Opérateurs Méditerranéens : italiens, espagnols, portugais, grecs, Israéliens.

Une forte émergence de l'intérêt des agences des Emirats Arabes pour la France, plus particulièrement pour la région ainsi que pour nos stations des Pyrénées est à prendre en compte.

Cette opération demeure un excellent moyen d'observer les tendances des marchés et de suivre plus d'une dizaine de demandes provenant de ces acheteurs. Parmi celles-ci, une forte recrudescence d'un tourisme culturel et religieux « sur mesure » pour des groupes haut de gamme dits préconstitués comme le gère l'agence Europa World, et de plateformes de référencement de l'offre dédiées au bien-être et aux loisirs comme « Musement » ou « Alesia »

SALON DE LA RANDONNEE, LAROQUE DES ALBERES 26-27 OCTOBRE 2019

Un stand de 12 m² dédié à la Pleine Nature dans les Pyrénées-Orientales. C'est un salon thématique qui enregistre une bonne fréquentation. Un public de qualité, amateur de randonnées pédestres et cyclotourisme, à la recherche d'informations détaillées.

Focus sur :

LA CROISIERE

Dans le cadre de l'étude stratégique et de modélisation économique relative au développement des activités portuaires de Port-Vendres, Hugues Lamy, Cruise Management Consulting en charge du volet Croisière a rencontré les acteurs portuaires de Port-Vendres et l'ADT des Pyrénées-Orientales. Hugues Lamy, nous a également fait un point sur les excursions programmées par les compagnies maritimes et d'échanger avec les professionnels et institutionnels du tourisme.

Il en a profité pour nous confirmer les escales suivantes :

- Club Med, Collioure (2020)
- Ritz Carlton, Collioure (2021)
- Silversea, Port-Vendres (19 juillet 2021)



- Compagnie maritime anglaise (Manchester) Emerald Waterway à quai à Port-Vendres : filiale de la compagnie maritime australienne Scenic - 10 escales - automne 2022
- Compagnie maritime allemande Phoenix Reisen reprogrammera la destination à partir de 2022 (navire 162 m - à quai PV)

et nous demander à accueillir les agents de la compagnie maritime Silver Sea pour une programmation entre 2020 et 2021.



LE TOURISME D'AFFAIRES

Mise en place d'une Dynamique de Réseau, et répondre aux attentes des acteurs pour :

- Optimiser la connaissance de l'offre, afin de pouvoir se recommander mutuellement : organisation d'éductours ou after work infra départementaux.
- Démarcher les entreprises leader d'Occitanie via la récupération du fichier Performances de plus de 5000 entreprises par l'ADT.
- Optimiser notre image à l'International : Soutient d'évènements leaders, présence sur salons Mice, démarchage des entreprises anglaises lors des matchs de Super League, éductours d'agences événementielles, prospection sur aéroport de Barcelone, envoi de newsletter aux prescripteurs.
- Structurer l'offre, travailler sur des packages et sur une sémantique lors d'ateliers.
- Collaboration avec la Région
- Travailler sur une photographie de l'activité Mice avant Filière pour mieux en mesurer le ROI

Insertions dans les revues :

- Décideurs – novembre 2019
- Performance – décembre 2019



RELATIONS PRESSE

Relations Presse

Les accueils de médias participent à la valorisation de l'identité de la destination, pour fidéliser, voire conquérir les clientèles touristiques.

En accord avec la stratégie départementale de développement du tourisme et des loisirs, elles font la promotion des « pépites » touristiques sur les 4 espaces (mer-montagne-rural-urbain), du patrimoine vivant, immatériel, et de la culture départementale.

Les activités de pleine nature (outdoor) : randonnées pédestres, à vélo, Vtt... mais aussi l'offre oenotouristique, les savoir-faire des producteurs et artisans, l'environnement préservé, représentent des constantes dans la demande des sujets traités par les médias, qu'ils soient français ou étrangers.

WORKSHOPS ET RENCONTRES PRESSE

- 14 et 15 janvier : workshop **Deptour (Paris)** – le rdv annuel de la presse touristique avec les ADT) - 30 médias rencontrés (presse nationale généraliste, féminine et spécialisée, tv et radios)
- 14 février : workshop **Médiatour Amsterdam** (Pays-Bas) – 16 médias rencontrés (presse écrite) et 6 influenceurs (blogueurs)
- 21 février : **rencontres presse CPT** (Conf. Pyr. Du Tourisme) – **Paris** – 42 journalistes présents (presse nationale généraliste, féminine, spécialisée et presse régionale, web/blogs) – 19 medias plus particulièrement pour les PO
- 25 mars : workshop **IMM London** (International Media MarketPlace) – 18 medias rencontrés (presse écrite et tv principalement – Grande Bretagne + Irlande)

VOYAGES/ACCUEILS MEDIAS

En 2019, l'ADT a reçu, autour de voyages de presse organisés sur mesure ▼

- 34 médias (presse PQR et suppléments week-ends, magazines (tourisme et stylelife), web magazines, journalistes blogueurs, Magazines TV et radios)
- pour un total de 103 reportages
 - les magazines TV sont disponibles plusieurs mois en replay et diffusés (pour certaines chaînes) 7 à 8 fois dans le mois suivant leur première diffusion
 - les reportages sur la PQR et la plupart des magazines print sont également disponibles dans leur version digitale

France

- **8 équipes de TV** (pour **14 reportages** diffusés sur les chaînes France3, France5, TV5 Monde, Chaîne Voyages)
Les émissions : Météo à la Carte, Agitateurs de Goût, Les Routes Mythiques, Les plus beaux treks dans les Pyrénées Catalanes, Ô Sud, Echappées Belles

A noter ▼

L'augmentation croissante des demandes émanant des chaînes de TV françaises - sociétés de production des émissions faisant appel à nos services pour obtenir des contacts (socio-professionnels, sites, musées, circuits de randonnées etc.), des activités outdoor, des espaces naturels...

- **6 web magazines** (magazines tourisme sur le web) dont une web série de la FFRP (Fédération Française de Randonnée Pédestre (« monGRpréféré » <https://www.mongr.fr/sinspirer/mon-gr-prefere>), telles qu'aussi : <http://www.voyager-magazine.fr/> <https://www.yanous.com/> (spécialisé



handicap), <http://vinsetvariations.com/> les pieds dans le plat (<http://www.gillespudlowski.com/blog> du journaliste Gilles Pudlowski / guide gastronomique Pudlo), l'Indigo mag https://www.lindigo-mag.com/Actualites-du-tourisme_r15.html

- **13 magazines (print et digital)** dont Cuisine et Vins de France, Rustica, Terre de Vins, Femme Actuelle (2 fois sur 2 sujets différents), Cuisine Actuelle, Elle Magazine, Le Monde du Camping-Car, Saveurs, Esprit d'Ici (2 fois sur 2 sujets très différents), Côté Sud, Figaro Magazine et 3 guides touristiques tels que Le Guide des Gourmands, Le Guide du Routard, la Méditerranée à Vélo.



Allemagne ▼

- **2 blogueuses et journalistes free-lance** : <https://meinfrankreich.com/category/regionen/> et <https://www.freibeuter-reisen.org/frankreich-reisetipps/>

Belgique ▼

- **6 magazines (print + digital, stylelife, patrimoine, vins et gastronomie, terroirs)** : Horeca, Cook Magazine, Gourmand Gazette, Themaniews, Travel 2, Ken Wijn Magazine
- **9 PQR (et leur suppléments week-end, en print et digital pour la PQR)** : L'Avenir (3 fois sur des sujets différents), De Standaard, De Morgen, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg
- **1 webmagazine** : Bazarmagazin (lifestyle, haut de gamme)

Pour l'Espagne

Catalogne ▼

- **1 magazine spécialisé stylelife, patrimoine, vins et gastronomie, terroirs**) : Gidona, distribué dans les 4 provinces (Principat) de la Generalitat de Catalunya
- **1 radio** : « Radio 4 » émettant dans les 4 provinces (Principat) de la Generalitat de Catalunya, et faisant partie du groupe RNE (Radio Nacional España)

Espagne (national) ▼

- **3 blogueurs (ses)** : <https://locaacademiafamiliar.com/> (spécialisée vacances famille/enfants) ; <https://revistapuertadeembarque.com/> ; <https://www.conmuchagula.com/>
- **1 PQR (en print et digital)** : El Economista
- **2 radios** : « Intereconomia » (diffusion nationale) + <https://www.marca.com/radio/programas.html> (web radio)
- **1 webmagazine** : <https://www.hola.com/viajes/>

Grande-Bretagne ▼

- **1 PQR (en print et digital)** : Daily Telegraph

Pour les Pays-Bas

- **4 magazines (en print et digital) :** AD Magazine (mensuel) ; Leven in Frankrijk (5 fois/an) ; Méditerranée (4 fois/an) ; Winelife (bimestriel)
- **1 webmagazine :** www.reishonger.nl
- **1 PQR (en print et digital) et supplément week-end :** « De Telegraaf »



THEMATIQUES PRINCIPALES TRAITÉES PAR LES MEDIAS

Magazines TV des chaînes françaises et Territoires des P.O. concernés ▼

- **Les savoir-faire (artisanat, agriculture/produits du terroir, vins et gastronomie)**

Météo à la Carte/France 3, les Agitateurs de Goût/France 5 ont notamment mis à l'honneur :

- ✓ les recettes réalisées par nos chefs Toques Blanches du Roussillon (jarret de porc rôti et chou braisé, l'artichaut du Roussillon, la pomme de terre Béa)
- ✓ des familles d'éleveurs de père en fils à Font-Romeu qui ont une double casquette et sont moniteurs de ski l'hiver
- ✓ des mini-légumes aux jardins St-Jacques
- ✓ un artisan boulanger de Font-Romeu
- ✓ un sculpteur sur bois à Formiguères
- ✓ production de fruits de la passion, cannes à sucre, goyaves, bananes (insolite pour notre région) à quelques km de Perpignan
- ✓ le grenat de Perpignan
- ✓ les souffleurs de verre de Palau-del-VIDRE (liste non exhaustive)

Territoires concernés : OTI Pyrénées-Méditerranée, OTI Pyrénées Catalanes, OTC Perpignan-Méditerranée, OTI Conflent-Canigó



Météo à la carte
Gilbert, le boulanger qui fait craquer
Font-Romeu
diffusé le mar. 6 fév. - 6 min



Météo à la carte
Gilbert, le boulanger qui fait craquer
Font-Romeu
diffusé le mar. 6 fév. - 6 min

- **Le patrimoine (industriel, bâti), les circuits GR (trekking), les espaces naturels**

Les Routes Mythiques/TV5 Monde, France5 et la Chaîne Voyages ; Echappées Belles/France3 et France5 ; O'Sud/France3 ont mis l'accent sur :

- ✓ les hauts plateaux de Cerdagne et Capcir
- ✓ les fours solaires de Mont-Louis et Odeillo,



- ✓ le massif du Canigó
- ✓ le Train Jaune
- ✓ les remparts de Villefranche de Conflent et la cité fortifiée de Mont-Louis
- ✓ l'abbaye romane de Saint-Michel de Cuixà
- ✓ Eus, Castelnou, Evol, Villefranche (Label Plus Beaux Villages de France)
- ✓ Le GR10

(liste non exhaustive)

Territoires concernés : OTI Pyrénées Cerdagne, OTI Pyrénées Catalanes, OTI Conflent-Canigó, OTI Pyrénées-Méditerranée, OTI Aspres-Thuir



Magazines (print et digitaux), PQR, radios, en France et à l'étranger ▼

On y retrouve également les mêmes thématiques que celles traitées par les chaînes de TV françaises. A noter cependant :

- **En France, la PQR, les magazines ou webzines français, une prédilection pour :**
 - le savoir-faire de nos restaurateurs Toques Blanches du Roussillon principalement, et d'autres aussi.
 - les vins du Roussillon
 - le patrimoine (art roman, forteresses du réseau Vauban et classements Unesco, les Plus Beaux Villages de France, le Train Jaune...)
 - les traditions qui sont ancrées dans les coutumes des habitants, et au-delà dans celles des habitants des Pyrénées (feux de la Saint-Jean sur le Canigó par exemple, etc...)
- **en Belgique (PQR, magazines ou webzines), un engouement constant pour :**
 - les produits du terroir (bio et agriculture raisonnée),
 - l'art de vivre (hébergements de charme, restauration, gastronomie),
 - les vins (secs et vins doux naturels)
 - **et la demande de plus en plus croissante pour les circuits VTT et la rando**
- **aux Pays-Bas, (PQR, magazines ou webzines) apprécient par-dessus tout :**
 - l'environnement préservé de notre destination (littoral ET montagne) ;
 - ils sont toujours aussi intéressés par la randonnée pédestre et les circuits à VTT et cyclotourisme

Les sujets prisés par les médias pour les territoires des Pyrénées-Orientales

- **Outdoor (pleine nature) / Environnement et Tourisme handicap**
- **France**
 - le **site web de la FFRP** (Fédération Française de Randonnée Pédestre) réalise une web série intitulée « Mon GR préféré » et a mis à l'honneur le « GR de Pays Tour du Canigó » - Territoire concerné : OTI Conflent-Canigó
 - la **web radio RCF** (64 radios locales) dans son magazine « voyager » a mis l'accent sur la rando en Cerdagne et Capcir et les installations sportives de Font Romeu - Territoire concerné : OTI Pyrénées-Cerdagne



- le **webzine « Yanous »** spécialisé sur les **destinations accessibles aux handicapés** a réalisé un reportage magnifique sur « La « trobada » et l'ascension du Canigó - Territoire concerné : OTI Conflent-Canigó
- les **guides Balades** <http://www.randosbalades.fr> font découvrir « les Balcons du Canigó », nouveaux itinéraires mis en place tout autour du massif - Territoire concerné : OTI Conflent-Canigó
- le magazine « **Femme Actuelle** » a choisi de vanter la randonnée sur la Côte Vermeille (sentier du littoral) et les Albères (Col de la Serra, Batterie de Taillefer, Tour de la Madeloc, col des Gascons, petit tronçon du GR10 jusqu'au col de la Vallaury, le Chemin de l'Eau) - Territoire concerné : OTI Pyrénées- Méditerranée
- le magazine « **Esprit d'ici** » (bimestriel) pour un reportage très complet sur la « Trobada » et les feux de la Saint Jean / Massif du Canigó (autour des traditions mais aussi du patrimoine et de la randonnée pédestre) - Territoire concerné : OTI Conflent-Canigó



➤ **Allemagne**

- le blog « **Mein Frankreich** » a consacré un reportage exhaustif sur la randonnée dans le massif du Canigó - Territoire concerné : OTI Conflent-Canigó
- le blog « **Freibeuter Reisen** » le site de Paulilles et les réserves naturelles du littoral
Territoire concerné : OTI Pyrénées- Méditerranée



➤ **Belgique**

Territoire concerné : OTI Pyrénées- Méditerranée

- le journal (PQR) **L'Avenir et son supplément week-end Deuzio**
- le groupe **Mediahuis (Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen, Het Belang Van Limburg)**
ont choisi de faire un focus sur la randonnée en VTT électrique dans les Albères (réserve de la Massane), la randonnée pédestre sur le sentier du littoral et autour du Pic du Neulós



➤ Espagne

- Territoires concernés : OTI Pyrénées-Cerdagne, OTI Pyrénées Catalanes
- le blog « **LocaAcademiaFamiliar** » a réalisé un reportage sur les activités de loisirs adaptées pour les familles avec enfants en Cerdagne et Capcir (bains d'eaux chaudes, randonnées, installations sportives des stations) en automne



➤ Royaume Uni

- Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée
- Le « **Daily Telegraph** » relate la traversée des Pyrénées à vélo (VTT) de Biarritz à Banyuls



➤ Pays-Bas

- Territoire concerné : OTI Pyrénées-Cerdagne
- Le webzine très prisé « **Reishonger** » a réalisé un reportage très exhaustif sur la randonnée en Cerdagne : Porté-Puymorens - Col de Puymorens - Pic de Coma d'Or ; lac des Bouillouses ; les crêtes du Puigmal
-



➤ Art de Vivre (terroir, gastronomie et oenotourisme, hébergements, savoir-faire) – Patrimoine

L'année 2019 a été marquée par deux événements majeurs autour de la gastronomie, des vins et du terroir :

Le Palais des Terroirs : les Chefs Toques Blanches du Roussillon et ceux de la Région ont fait déguster leurs créations culinaires, les producteurs régionaux ont accompagné les chefs (fromagers, apiculteurs, charcutiers, boulangers, éleveurs, maraîchers...) ainsi que de très nombreux vigneron, représentant les meilleurs crus du Roussillon

Perpignan Ville Européenne du Vin : autour de ce label obtenu en 2019 pour Perpignan et la Communauté Urbaine Perpignan Méditerranée, de nombreuses manifestations autour de la découverte des vins ont rythmé l'année

De nombreux médias ont communiqué sur le Palais des Terroirs et ont poursuivi leur connaissance des terroirs en vallée de l'Agly, autour de Perpignan et sur le littoral :

➤ France

- Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Agly-Fenouillèdes



- **Cuisine et Vins de France** (magazine de référence sur la cuisine et les vins – print, bimestriel et digital)
- **Rustica** (print, mensuel et digital)
- **Terre de Vins** (magazine national, bimestriel)
- le **Guide des Gourmands** (guide annuel/print et digital), carnet d'adresses des Chefs et des vrais amateurs
- **Cuisine Actuelle** (mensuel, print et digital), marque culinaire leader
- **www.lindigo-mag.com** (web magazine, original, voyages solidaires, un autre regard sur le voyage, explore des directions peu ou mal connues)

En marge de cette manifestation spécifique « Palais des Terroirs » et sur les thèmes de l'art de vivre, du patrimoine, sont également venus :

- Monsieur **Gilles Pudlowski**, (journaliste, critique gastronomique français) pour son guide **www.lespiedsdansleplat.fr** - plus de 30 reportages sur nos Chefs Restaurateurs : Toques Blanches du Roussillon et autres professionnels (hébergeurs et artisans)
- Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Roussillon-Conflent
- le magazine « **Saveurs** » (mensuel) : à Canet en Roussillon pour un spécial « cuisine catalane » à Cosprons pour la vinaigrerie et à Céret pour les cerises et la gastronomie autour de la cerise - Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées-Méditerranée, OTI Vallespir
- le magazine « **Côté Sud** » (hébergements de charme, hôtels et restaurants à Perpignan, plaine du Roussillon, Aspres, Conflent, Côte Vermeille...) : Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Aspres-Thuir, OTI Roussillon-Conflent
- le « **Figaro Magazine** » pour un spécial « chambres d'hôtes de charme » (Aspres et Côte Vermeille : Territoires concernés : OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Aspres-Thuir
- le **webzine « Yanous »** spécialisé sur les **destinations accessibles aux handicapés** a réalisé un reportage sur l'abbaye de Saint Michel de Cuixà, Villefranche de Conflent ; la Côte Vermeille - Perpignan – Les caves de Byrrh – Territoires concernés : OTI Pyrénées-Méditerranée, OTI Aspres-Thuir, OTI Conflent-Canigó, OTC Perpignan Méditerranée



➤ **Belgique**

Thématiques restauration et vins

- Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Agly-Fenouillèdes
- le magazine **Horeca** (print/mensuel et digital) destiné aux professionnels, édition bilingue
- **Cook Magazine** (print/trimestriel et digital), réservé aux chefs (« petit frère de Horeca »)
- **Gourmand Gazette** (webzine) équivalent de cuisine actuelle en France
- **Themaniews** (du groupe Mediahuis, mensuel lifestyle/print et digital)

Art de vivre, patrimoine et gastronomie (Perpignan, Côte Vermeille et Vallespir)

- Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Vallespir
- **De Morgen** (PQR) et son supplément we

➤ **Catalogne (thématiques restauration et vins)**

- Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Agly-Fenouillèdes



- la revue lifestyle (print) **Gidona**, spécialisée gastronomie, vins, délicatessen, art de vivre et voyages, et distribuée dans le Principat (les quatre provinces de Catalogne)
- **Radio 4** (groupe Radio Nacional España) diffusion dans le Principat (Catalogne) : reportage spécial Toques Blanches, vins et produits du terroir des PO

➤ **Allemagne (tourisme de mémoire)**

Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée

- le blog « **Freibeuter Reisen** » a choisi de réaliser un zoom particulier sur le **Tourisme de Mémoire, au travers du Mémorial de Rivesaltes et celui du Camp d'Argelès-sur-Mer**

➤ **Pays-Bas (patrimoine et art de vivre, Perpignan et Côte Vermeille)**

Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Vallespir

- **AD Magazine** (magazine mensuel)
- **Leven in Frankrijk** (magazine mensuel)
- **Méditerranée** (magazine spécialisé sur les destinations du pourtour méditerranéen, 4 fois/an)

Perpignan Ville Européenne du Vin #PVEV

Tous les accueils de presse (quelle que soit la thématique de l'accueil) ont reçu une information spécifique, liée à l'obtention de ce label européen.

Outre les accueils cités ci-dessus, d'autres médias se sont succédé toute l'année dans le but de connaître spécifiquement les différents crus composant les vins du Roussillon (vins secs et vins doux naturels).

Ces voyages de presse ont été menés en partenariat avec l'Office du Tourisme Communautaire Perpignan-Méditerranée et le Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon (CIVR)

➤ **France (vins et oenotourisme)**

- le webzine **Vins et Variations** (qui propose une série de reportages à caractère informatif, insolite et pratique, à la rencontre d'acteurs aux pratiques éthiques) a réalisé un focus sur les vins de la vallée de l'Agly et plus particulièrement le cru Maury
Territoires concernés : OTI Agly-Fenouillèdes

➤ **Belgique (art de vivre, patrimoine et oenotourisme)**

- le journal (PQR) **L'Avenir et son supplément week-end Deuzio** a choisi de traiter Perpignan (sa gastronomie, ses restaurateurs), les vins Côtes du Roussillon et VDN Rivesaltes, les vins de la Côte Vermeille (Collioure –Banyuls) mais aussi la cerise de Céret

Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée – OTI Vallespir

- le webmagazine « **Bazarmagazin** »
- (PQR) **Het Nieuwsblad**,
- (PQR) **Gazet van Antwerpen**,
- **Het Belang Van Limburg**

la Côte Vermeille, le Vallespir - le patrimoine, l'art de vivre à Perpignan, et autour du label #PVEV reportage sur les vins du Roussillon autour d'une matinée spéciale « Bouteilles à la Mer » organisée par le CIVR et l'OTC Perpignan Méditerranée

Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Vallespir

- le journal (PQR) **De Standaard**



- le magazine **Ken Wijn Magazine et Travel 2** ont participé à un spécial #PVEV sur la plaine du Roussillon et en vallée de l'Agly (Corneilla la Rivière, Bélesta, Rivesaltes, Salses, Montner, à bord du Train Rouge du Pays Cathare et des Fenouillèdes...) Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Agly-Fenouillèdes – OTI Roussillon-Conflent

➤ **Pays-Bas (#PVEV : spécial vins du Roussillon + gastronomie et patrimoine)**

Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Vallespir

- **WineLife Magazine** (magazine mensuel)
- **De Telegraaf** (PQR et supplément we)

En 2018 ils ont demandé des informations ou ils sont venus et ont parlé de nous en 2019 ▼

➤ **France (thématique du Tourisme de Mémoire)**

- <https://www.classtourisme.com/Les-80-ans-de-la-Retirada-pour-ne-iamais-oublier-a1694.html> (web magazine / voyages et art de vivre)
- https://www.lindigo-mag.com/Tourisme-de-memoire-Retirada--je-me-souviens_a1131.html (web magazine / voyages et art de vivre)



- **Magazine Historia** (print/ 60 000 ex) : **spécial Retirada et Maternité (8 pages)** Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée

- le **webzine « Allo Voyages »**, séduit par l'aspect « Méditerranée et Pyrénées » de notre destination, relate les charmes de la côte vermeille », insiste sur l'aspect préservé de son environnement, la réserve naturelle marine de Cerbère-Banyuls, la réserve du Mas Larrieu, le site de Paulilles... et en profite pour rappeler la multitude d'activités de loisirs (itinéraires à pied, vélo, activités sous-marines de la plongée au snorkeling etc.) – suite accueil 2018, reportages parus en 2019 Territoire concerné : OTI Pyrénées- Méditerranée

➤ **Pays-Bas (#PVEV : spécial vins du Roussillon + gastronomie et patrimoine)**

- **Reishonger Magazine** (magazine mensuel) reportage « Les Feux de la Saint-Jean » <https://www.reishonger.nl/reisverslagen/een-wandeling-door-de-geschiedenis-in-villefranche-de-conflent/>

Territoire concerné : OTI Conflent-Canigó

- **Leven in Frankrijk** (mensuel/ randonnée dans le massif des Albères et sur la Côte Vermeille – 6 pages)

Territoire concerné : OTI Pyrénées- Méditerranée



➤ **Belgique (art de vivre, patrimoine et oenotourisme)**

- **Travel 2** (seul éditeur en Belgique à proposer un magazine prof. B2B pour chaque segment de l'industrie du voyage)

<https://www.travel2.be/destinations/pyrenees-orientales-produits-du-terroir-met-eeen-catalaans-sausie/>

Territoires concernés : OTC Perpignan Méditerranée, OTI Pyrénées- Méditerranée, OTI Aspres-Thuir, OTI Pyrénées-Cerdagne

Ces accueils de presse sont réalisés en synergie, avec les acteurs des territoires du département des Pyrénées-Orientales. Ils sont le fruit d'un partenariat important entre l'Agence de Développement Touristique et les Offices de Tourisme Intercommunaux, l'Office de Tourisme Communautaire, et les Offices de Tourisme.

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

COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

Communication digitale et print

COMMUNICATION DIGITALE

Plus de 5 800 000 personnes captées en 2019

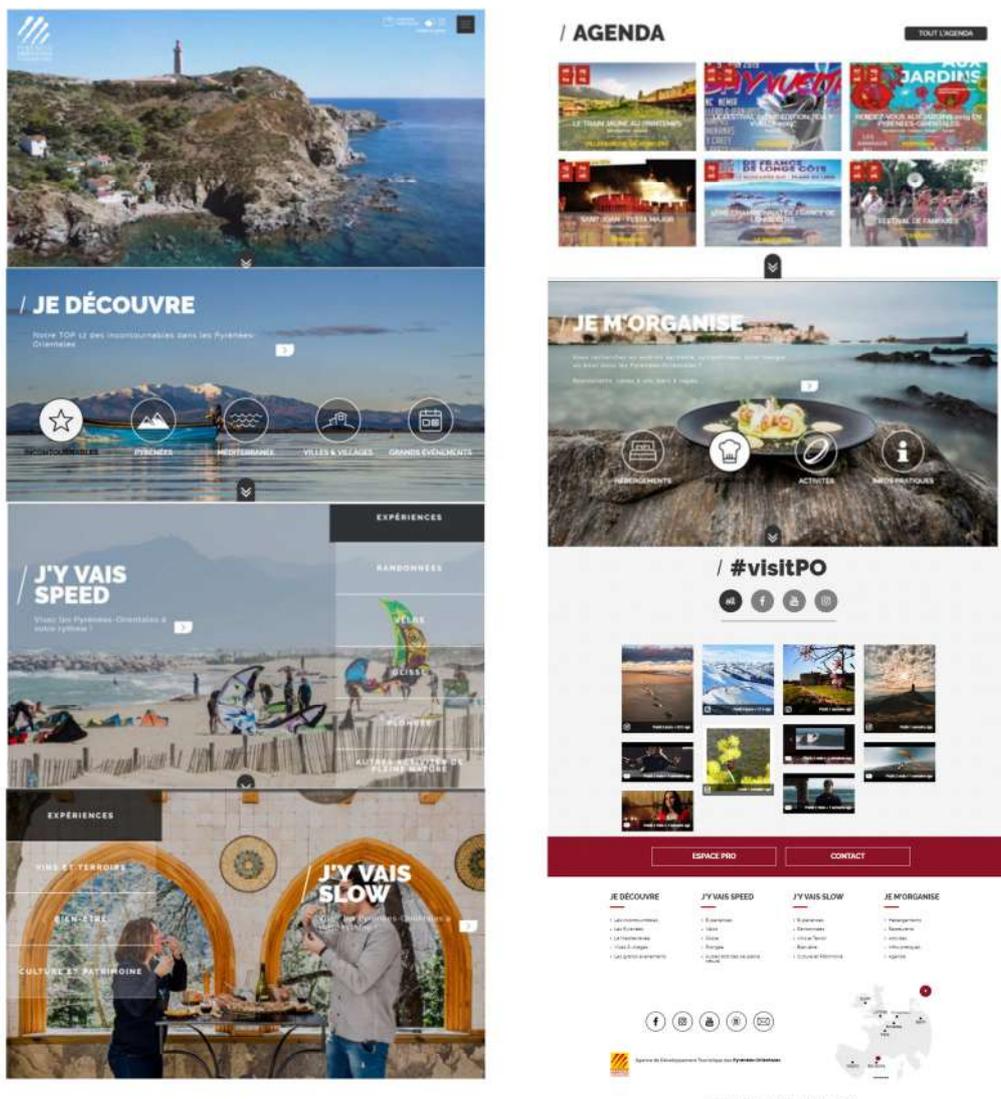
Web

Site destination : tourisme-pyreneesorientales.com → 338 665 visiteurs

Travail de relooking complet du site grand public avec pour objectifs :

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

Mise en ligne des 5 versions (F - GB - Cat - Esp - D)

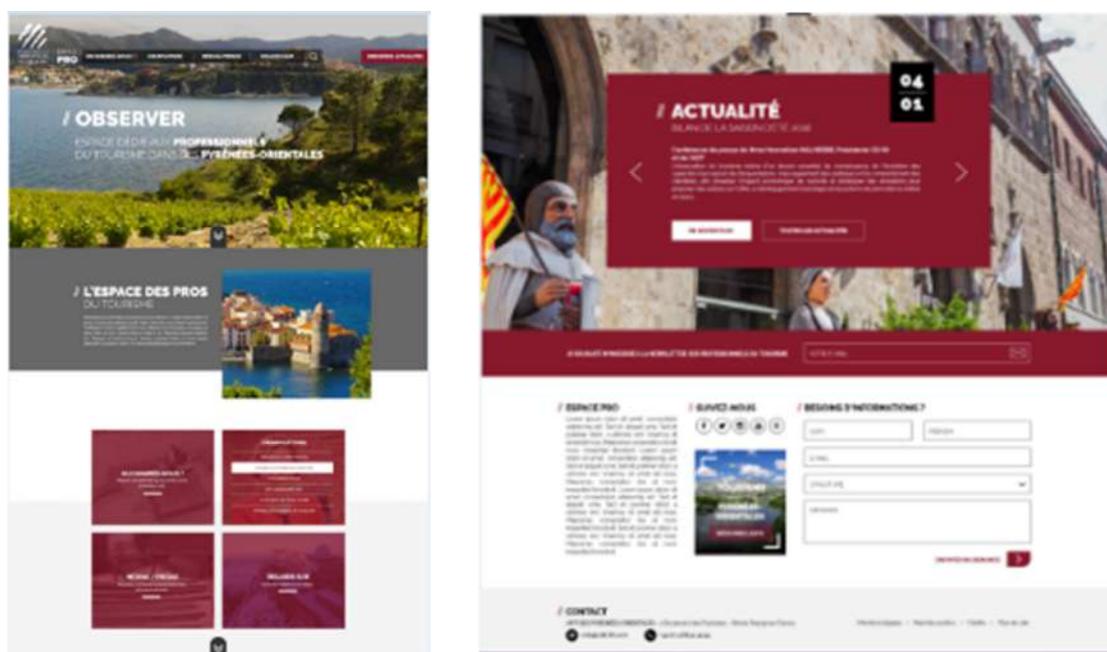


Site « pro » : pro-tourismeadt66.com → 1 814 visiteurs

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

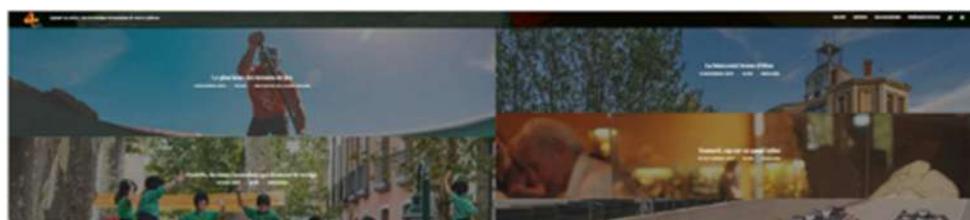
- de présenter l'ADT et ses missions en lien avec la stratégie départementale du tourisme et des loisirs
- de présenter les données de l'observatoire du tourisme, véritable outil d'aide à la décision
- de mettre à disposition des journalistes et influenceurs les outils nécessaires à la découverte de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

Mise en ligne le 23 juillet 2019



Blog : visitpo.fr → 31 940 visiteurs

- Aide à la saisie et / ou optimisation technique de 16 nouveaux articles
- Optimisation du référencement naturel sur les 74 articles existants
- Préparation et envoi d'une newsletter aux abonnés du blog à chaque nouvelle publication



Réseaux sociaux

Déclinaison de la nouvelle marque de destination

Facebook → 51 664 fans - 4 041 023 personnes atteintes

Page en français : Pyrénées-OrientalesTourisme

Page en catalan/castillan : Pirineus-OrientalTurisme

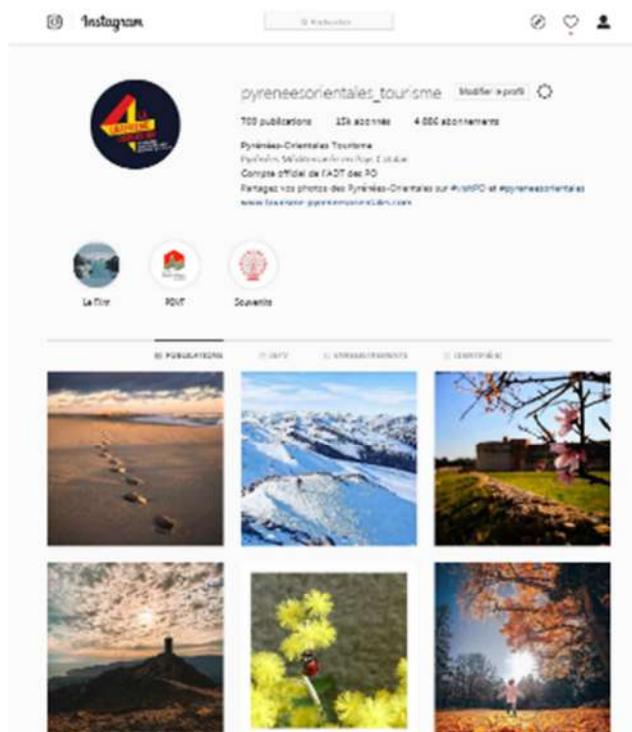
Page en anglais : Mediterranean Pyrenees in Pays Catalan

Classées en 15^{ème} position sur 86 destinations touristiques départementales avec un taux d'engagement de 2,02 % (source : we-like-travel.com – déc. 2019)



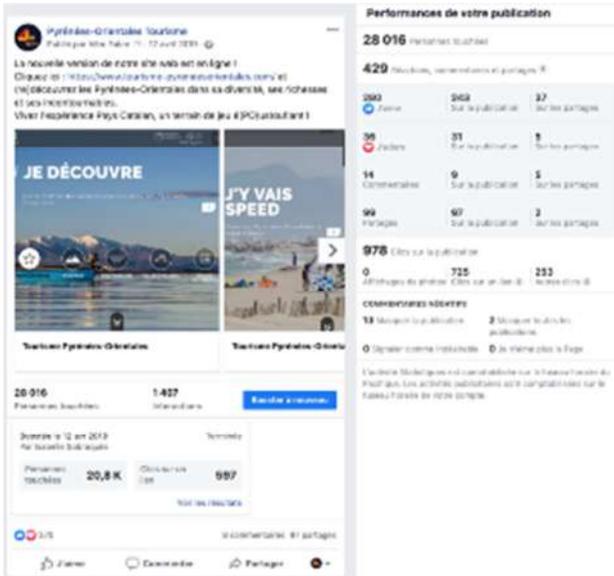
Instagram : pyreneesorientales_tourisme → 14 615 abonnés – 1 347 296 personnes atteintes

Classé en 17^{ème} position sur 86 destinations touristiques départementales (nombre d'abonnés) (source : we-like-travel.com - déc 2019)



Campagnes social media

Facebook (post sponsorisé) sur la page Destination en français « Pyrénées-Orientales Tourisme » - **Promotion mise en ligne nouvelle version du site web Destination (grand public) de l'ADT**



Performances de votre publication

28 016 Impressions touchées

429 Réactions	2462 Sur la publication	37 Sur les partages
36 J'aime	31 Sur la publication	1 Sur les partages
14 Commentaires	0 Sur la publication	1 Sur les partages
99 Partages	97 Sur la publication	2 Sur les partages

978 Clics sur la publication

0 Attributions de photos

725 Clics sur un lien

233 Adresses e-mail

13 Signaler comme inapproprié

2 Signaler le lien de destination

0 Signaler comme inapproprié

0 Je n'ai rien plus la Page

L'activité Facebook est contrôlée sur le tableau de bord de l'ADT. Les activités inappropriées sont contrôlées sur le tableau de bord de votre compte.

28 016 Personnes touchées

1 407 Interactions

Rechercher à nouveau

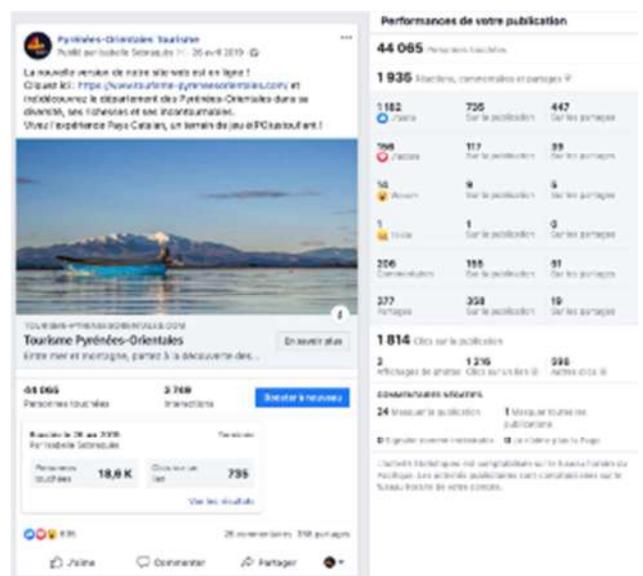
Dimanche 12 avr 2019

Personnes touchées: 20,8 K

Clics sur un lien: 987

10 commentaires

57 partages



Performances de votre publication

44 065 Impressions touchées

1 936 Réactions	725 Sur la publication	447 Sur les partages
798 J'aime	117 Sur la publication	39 Sur les partages
56 Commentaires	9 Sur la publication	6 Sur les partages
1 Partage	1 Sur la publication	0 Sur les partages

1 814 Clics sur la publication

2 Attributions de photos

1 216 Clics sur un lien

236 Adresses e-mail

24 Signaler comme inapproprié

1 Signaler le lien de destination

0 Signaler comme inapproprié

0 Je n'ai rien plus la Page

L'activité Facebook est contrôlée sur le tableau de bord de l'ADT. Les activités inappropriées sont contrôlées sur le tableau de bord de votre compte.

44 065 Personnes touchées

3 768 Interactions

Rechercher à nouveau

Mardi le 26 avr 2019

Personnes touchées: 18,8 K

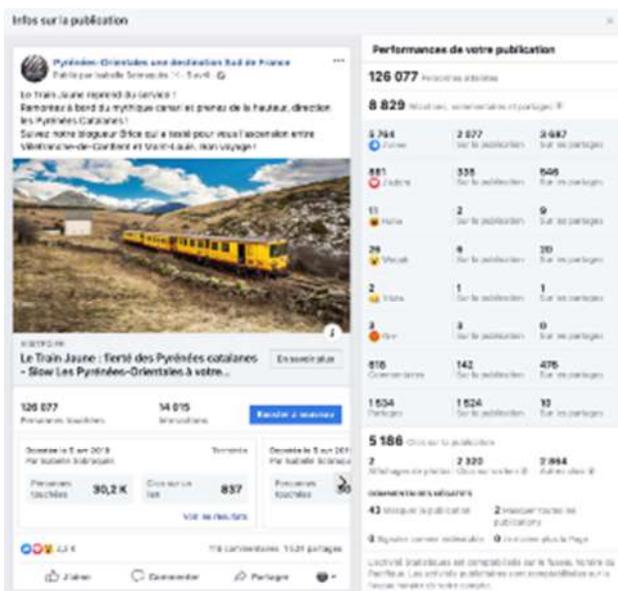
Clics sur un lien: 735

6 commentaires

37 partages

Campagne Facebook (posts sponsorisés) sur la page Destination en français « Pyrénées-Orientales Tourisme » - **Promotion articles du blog de l'ADT visitpo.fr** : 27 publications boostées pour 27 articles promus auprès d'une audience ciblées en fonction des sujets traités.

2 exemples :



Performances de votre publication

126 077 Impressions touchées

8 829 Réactions	5 794 Sur la publication	3 047 Sur les partages
881 J'aime	338 Sur la publication	506 Sur les partages
11 Commentaires	2 Sur la publication	9 Sur les partages
29 Partages	8 Sur la publication	30 Sur les partages

5 186 Clics sur la publication

2 Attributions de photos

2 320 Clics sur un lien

3 984 Adresses e-mail

43 Signaler comme inapproprié

2 Signaler le lien de destination

0 Signaler comme inapproprié

0 Je n'ai rien plus la Page

L'activité Facebook est contrôlée sur le tableau de bord de l'ADT. Les activités inappropriées sont contrôlées sur le tableau de bord de votre compte.

126 077 Personnes touchées

14 615 Interactions

Rechercher à nouveau

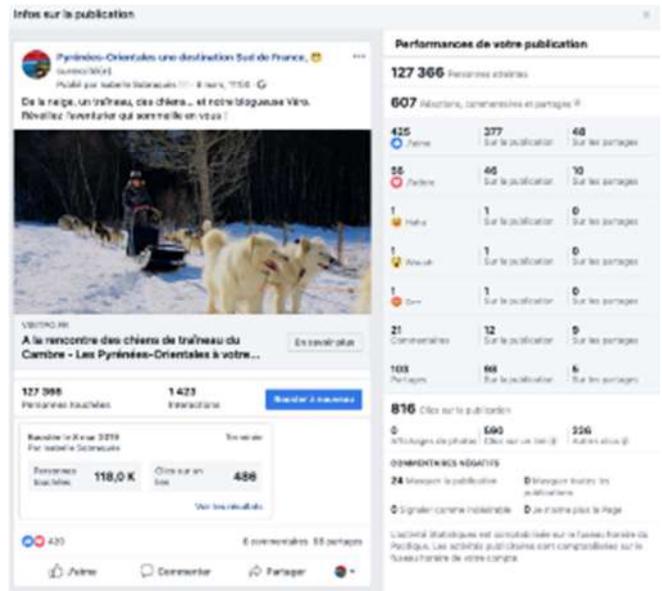
Dimanche 8 avr 2019

Personnes touchées: 30,2 K

Clics sur un lien: 857

10 commentaires

112 partages



Performances de votre publication

127 366 Impressions touchées

607 Réactions	425 Sur la publication	48 Sur les partages
425 J'aime	377 Sur la publication	48 Sur les partages
56 Commentaires	46 Sur la publication	10 Sur les partages
1 Partage	1 Sur la publication	0 Sur les partages

876 Clics sur la publication

0 Attributions de photos

0 Clics sur un lien

236 Adresses e-mail

24 Signaler comme inapproprié

0 Signaler le lien de destination

0 Signaler comme inapproprié

0 Je n'ai rien plus la Page

L'activité Facebook est contrôlée sur le tableau de bord de l'ADT. Les activités inappropriées sont contrôlées sur le tableau de bord de votre compte.

127 366 Personnes touchées

1 423 Interactions

Rechercher à nouveau

Mardi le 2 avr 2019

Personnes touchées: 118,0 K

Clics sur un lien: 488

6 commentaires

58 partages

COMMUNICATION PRINT

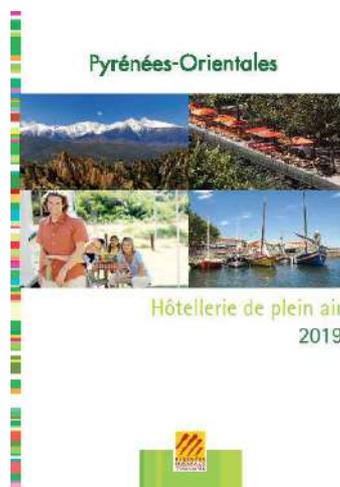
Collection d'affiches 70 X 100



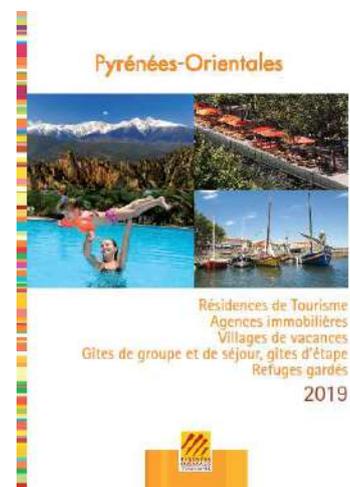
Brochures Hébergements



10 000 ex



10 000 ex



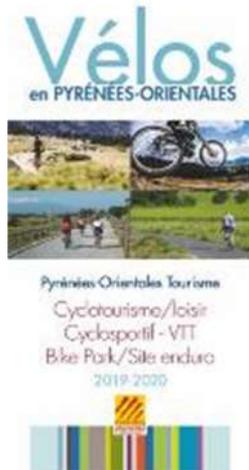
8 000 ex



Cartes Randos - Vélos –Tourisme et Loisirs - Refuges gardés Dépliant Chiffres clés du Tourisme



40 000 exemplaires



200 000 exemplaires



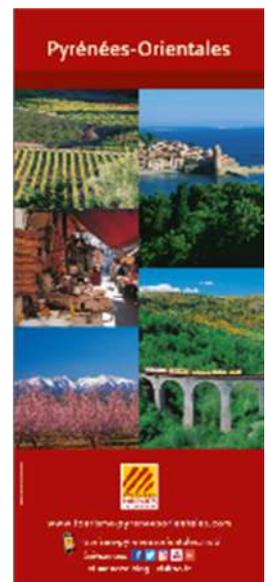
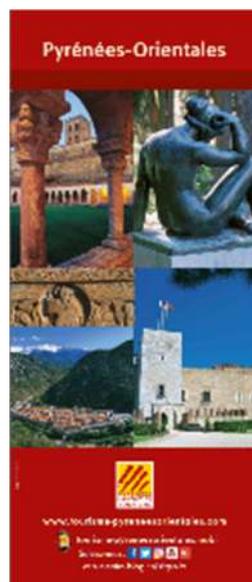
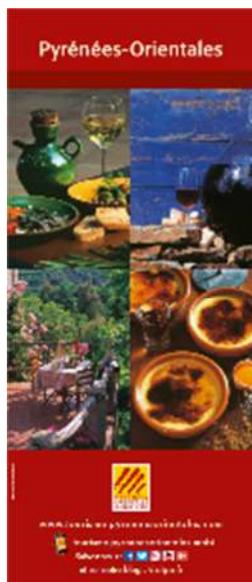
2 000 exemplaires



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



Roll up



Sacs polypro et kraft



Insertions

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

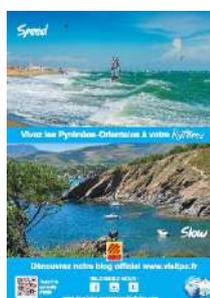


Magazine Performances (page mise à disposition par le CD66)



Pass'Découvertes

Guide édité par l'Union des Villes Portuaires d'Occitanie : diffusion auprès des plaisanciers en région et dans 40 ports



Magazine Balades Randos

Tirage à 60 000 exemplaires / 8 numéros par an



NOUVELLE MARQUE DE DESTINATION



Présentation de la nouvelle marque de destination “La Quatrième Dimension – Pyrénées Méditerranée en Pays Catalan” :

- sur les réseaux sociaux (les 3 pages Facebook et le compte Instagram)



NOUVEAU FILM DE PROMOTION DES ACTIVITES DE PLEINE NATURE “SPEED”

Réalisation d’un film « riders » valorisant les activités de pleine nature (ski de rando, snowboard freestyle, VTT, trail, canyoning, parapente, skateboard, kitesurf, windsurf, surf, paddle, plongée) et positionnant les Pyrénées-Orientales comme le plus beau des terrains de jeu.

3 versions :

- 3 minutes pour les réseaux sociaux
- 15 minutes
- 25 minutes (avec interview des sportifs)

Organisation d’un événementiel

Le 5 décembre 2019, au cinéma le Méga Castillet à Perpignan, ce nouveau film produit par l'ADT pour la promotion des activités de pleine nature "speed" a été présenté en avant-première dans sa version intégrale (avec interview des sportifs) aux professionnels de cette filière, aux acteurs du tourisme institutionnel et à la presse.



Réalisation d'un carton invitant les acteurs du tourisme à visionner et à partager ce film



Création d'une playlist sur la chaîne YouTube de l'ADT visitPO

Rédaction d'un article dédié sur le blog de l'ADT visitPO.fr

Insertion dans le site Destination tourisme-pyreneesorientales.com et le site Pro pro-tourismeadt66.com

Partage sur les réseaux sociaux de l'ADT

Envoi d'un emailing à destination des acteurs du tourisme du département avec questionnaire pour demande d'utilisation du film

Insertion dans le supplément de L'Indépendant édité et distribué à l'occasion de la manifestation "Ces Catalans qui gagnent"



ACTIONS EN PARTENARIAT

Avec les Neiges Catalanes

Campagne mix média promotion « Montagne Hiver » 2019/2020

Cible : Nantes et Pays de Loire

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

Affichage : réseau Next One – Indoor média

- 80 faces dans 40 établissements de Nantes - du 14 au 28 novembre 2019

Sets de table : Setimpact : campagne du 06/01/2020 au 02/02/2020

- 20 000 sets de table disposés dans 40 restaurants de Nantes

Référencement :

- **Google Adwords Display** – Campagne du 1^{er} au 30 novembre 2019
- **Google Adwords Youtube** – Campagne du 1^{er} au 30 novembre 2019

Radio :

- **Hit West** (Radio Régionale du Pays de la Loire) : 112 spots de 30 secondes – diffusion du 4 au 17 novembre 2019
- **Virgin Radio** (Nantes) : 112 spots de 30 secondes – diffusion du 13 au 26 janvier 2019

Campagne numérique :

Achat de clics (5 700) géolocalisés (Nantes) sur Applis du groupe Lagardère (Météo France, Chérie FM, Madame Figaro, Ouest France, Téléstar) - du 1^{er} au 15 décembre 2019

Insertions :

- **Elle** édition régionale - dossier montagne Pyrénées
 - o Parutions : 29/11/2019 et 06/12/2019
 - o Région Pays de la Loire (44-49-53-72-85)
 - o ½ Page Quadri
 - o Diffusion : 27 932 exemplaires – 110 000 lecteurs

Participation opération presse à Barcelone

Visuels utilisés :

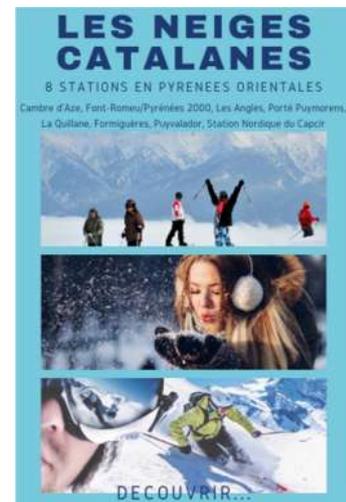
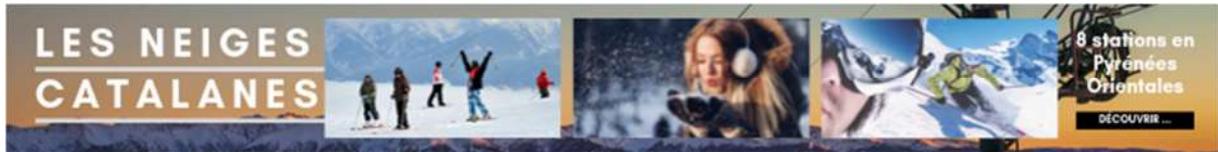
Presse et affichage



Sets de table



Numérique



Avec l'OTC Perpignan Méditerranée : autour du match des Dragons Catalans contre une équipe anglaise (Wigan Warriors) délocalisé au Camp nou à Barcelone – 18 mai 2019

Insertion dans le programme diffusé lors du match



Diffusion message sur panneaux LED dans le stade



Avec RESOT66 : participation à la bourse d'échange de documentation

Avec le Département :

- proposition de sujets, recherche de photos, vérification d'articles... pour le **journal Mon Département** (ex L'Accent Catalan)
- **Journée d'accueil des Nouveaux Catalans** : cette 18^{ème} édition a permis à plus de 1 800 personnes de découvrir les richesses de notre département notamment sur l'espace dédié au tourisme et animé par l'ADT.



Avec les 3 Grands Sites Occitanie :

Coordination des 3 GSO du département pour une contribution aux pages "expériences" du site du CRT.

Avec le CRT Occitanie - Sud de France :

- **Plateforme digitale** <https://www.tourisme-occitanie.com/> : participation aux comités éditoriaux techniques pour une contribution sur la partie "expériences". Saisie sur le CMS du site web du CRT de ce contenu pour les Pyrénées-Orientales.
- **Campagne collaborative #OnAttendQueToi** :

Sur les réseaux sociaux



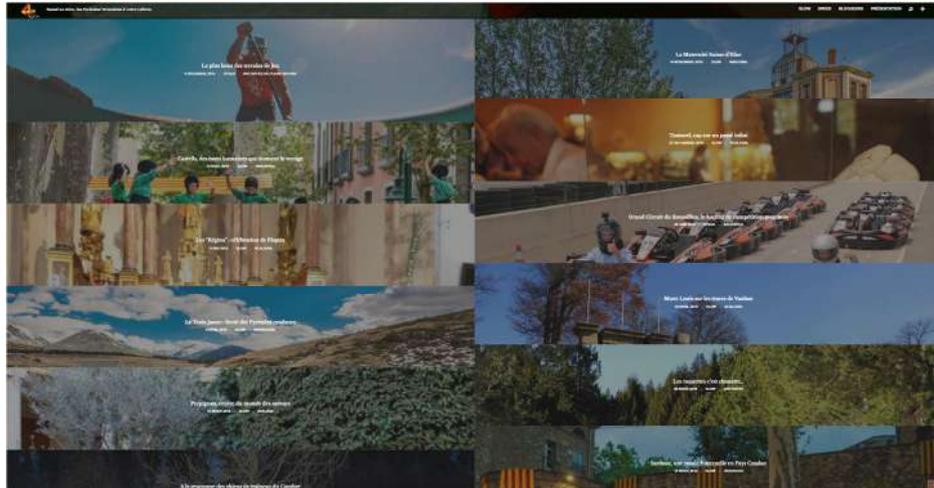
Vainqueurs du concours pour les Pyrénées-Orientales



Déclinaison campagne en affichage dans les gares et aéroports



Blog : visitpo.fr → 31 940 visiteurs



16 articles publiés

- ✓ Retour en terre de bien-être
- ✓ Commémoration de la Retirada
- ✓ Le snowtubing, un max de sensations !
- ✓ A la rencontre des chiens de traîneau du Cambre
- ✓ Sardane, une ronde fraternelle en Pays Catalan
- ✓ Perpignan, centre du monde des saveurs
- ✓ Les raquettes, c'est chouette...
- ✓ Le Train Jaune, fierté des Pyrénées catalanes
- ✓ Mont-Louis sur les traces de Vauban
- ✓ Les "Régina" : célébration de Pâques
- ✓ Grand Circuit du Roussillon : le karting de compétition pour tous
- ✓ Castells, des tours humaines qui donnent le vertige
- ✓ Tautavel, cap sur un passé infini
- ✓ La Maternité Suisse d'Elne
- ✓ Le plus beau des terrains de jeu
- ✓ Train Rouge, l'Orient-Express de l'Agly

Production multimédia

Afin d'acquérir une autonomie en termes de production de contenu « images » (photos, vidéos) et de répondre aux attentes des touristes et des partenaires, l'ADT a mis en place une « team multimédia » : équipe spécialisée dans la production, le traitement de plusieurs médias et dans la réalisation de projets audiovisuels ou photographiques entrant dans la stratégie de communication de la destination.

Ses missions :

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





Notes



RAPPORT D'ACTIVITÉ

Agence de Développement Touristique des Pyrénées-Orientales

2 Boulevard des Pyrénées

CS 80540

66005 PERPIGNAN

