



# PYRÉNÉES MÉDITERRANÉE EN PAYS CATALAN

Agence de Développement Touristique

## Rapport d'activité **2021**



# Rapport d'activité **2021**

## Sommaire

05	DIRECTION
10	OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE
13	QUALIFICATION ET STRUCTURATION DE L'OFFRE
17	LABELLISATION
22	MARKETING
27	RELATIONS PRESSE
35	COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT
54	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**  
**Isabelle Trochain**  
Responsable de service



5 personnes

**Rémy Vernier**  
Directeur



**Labellisation**  
**Corinne Cazorla**  
Responsable de service



2 personnes

**Direction**  
**Rémy Vernier**  
Responsable de service



6 personnes

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



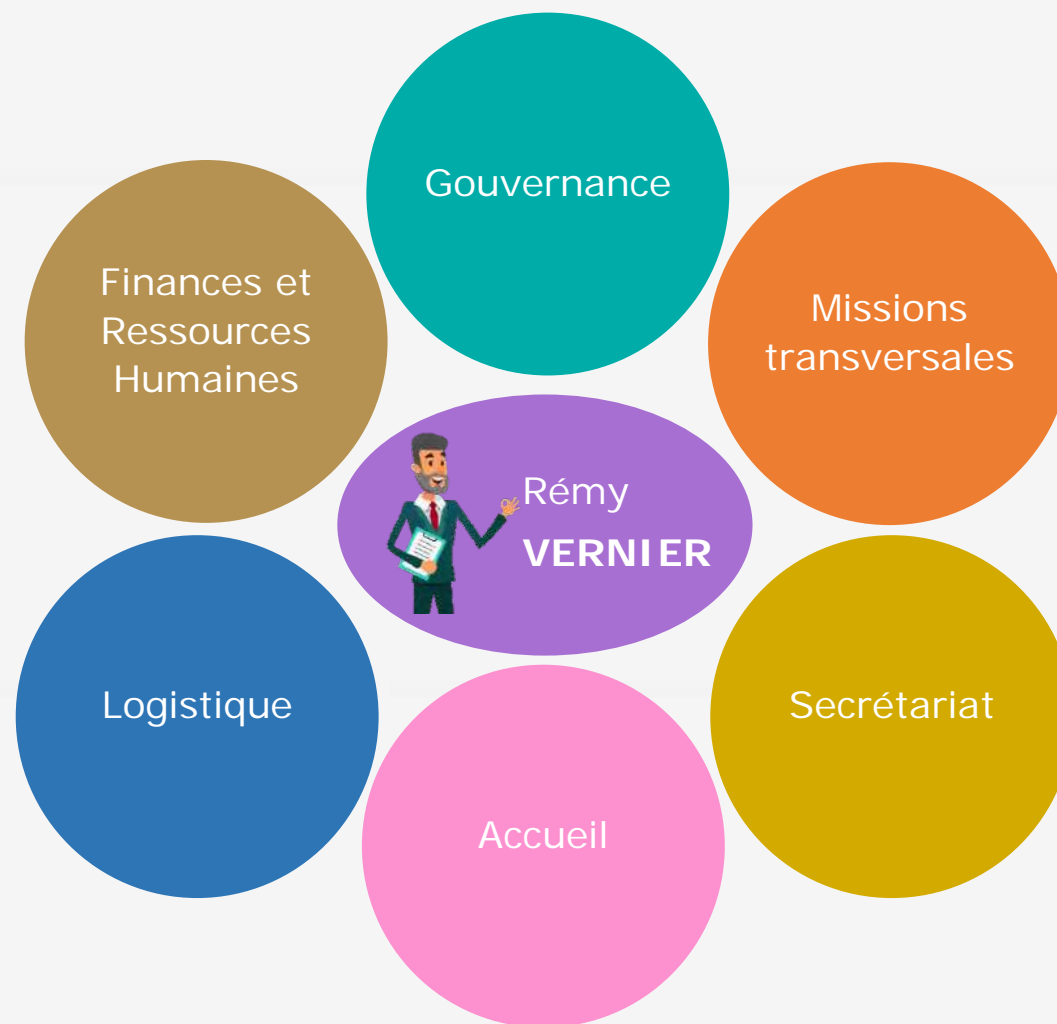
6 personnes

**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 BTS.

# PÔLE DIRECTION

## Gouvernance de l'ADT

### Conseil d'Administration - 20/10/21

- Approbation du compte-rendu du CA du 24/11/2020.
- Rapport d'activité 2020.
- Présentation et arrêté des comptes de l'exercice 2020.
- Préparation de la prochaine Assemblée Générale.
- Questions diverses.

### Assemblée générale ordinaire - 19/11/21

- Approbation du compte-rendu de l'Assemblée Générale du 24/06/20.
- Présentation et approbation des nouveaux adhérents approuvés lors du dernier Conseil d'Administration.
- Rapport de gestion du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale
  - Approbation du rapport moral de la Présidente
  - Présentation des comptes de l'exercice 2020
  - Rapport d'activité 2020
- Lecture du rapport général du Commissaire aux Comptes.
- Approbation des comptes de l'exercice clos le 31/12/2020.
- Quitus aux Administrateurs et au Trésorier.
- Proposition d'affectation du résultat de l'exercice.
- Lecture du rapport spécial sur les conventions visées à L. 612-5 du Code de Commerce et décision à cet égard.
- Approbation du plan d'action 2021 voté lors du CA du 24 novembre 2020
- Approbation du budget 2021 voté lors du CA du 24/11/2020.
- Election des membres du Conseil d'Administration par collège selon les statuts et les modalités élaborées lors du CA du 20 octobre 2021.
- Questions diverses.

### Conseil d'Administration - 07/12/21

- Approbation du compte-rendu de la réunion du Conseil d'Administration du 20/10/2021.
- Election des membres du Bureau.
- Orientations 2022, actions et budget.
- Les méthodes de travail au sein de l'ADT.
- Questions diverses.

### Bureau - 15/12/21

- Désignations des Fonctions des membres du Bureau.
- Créations Groupes de Travail approuvés lors du Conseil d'Administration du 07/12/2021.
- Questions diverses.

## Principales missions transversales

### Dans le cadre de la Stratégie Départementale du Tourisme et des loisirs 2019

- PDESI : participation à l'élaboration du Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires.
- Site pro de l'ADT : mise en place d'une plateforme numérique d'échange avec les acteurs.
- Rando 66 : structuration, qualification des offres et diffusion sur Géotrek.
- Pass découverte : adaptation et qualification des offres.
- Accessibilité : sensibilisation, accompagnement, labellisation etc.

### Avec le CRTL

- Deux contrats de destination: littoral et Pyrénées.
- Filières, tourisme durable, carte Occ'Ygene.
- Outil mutualisé avec le CRTL et les ADT pour une Gestion de la Relation Clients.

# PÔLE DIRECTION

## 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 : 4 nouveaux marchés, 6 reconductions de marchés, établissement du 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, 3 salariés concernés, 63 heures.
- Mise à jour de fichiers divers.

## Accueil

- Gestion et Affranchissement du courrier ADT.
- Accueil physique et téléphonique des professionnels et institutionnels du Tourisme.
- Traitement des demandes de documentation.
- Gestion des demandes de candidatures.
- Gestion du bordereau « Fêtes et Manifestations » (plus de 4.300 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 (salon du multicoque etc.).
- Préparation de commandes de documentation en nombre (professionnels).

## Logistique

### Gestion des stocks

- Gestion et suivi des stocks fournitures, matériels (réapprovisionnement, inventaires etc.) pour besoins interne.
- Suivi des stocks sensibles (risques rupture).
- Suivi des fiches de prêts et contrôle retour matériel (appareil photo, GO Pro).
- Gestion des stocks de documentation pour la préparation des colis destinés aux opérations de promotion/presse et des demandes spécifiques (professionnels, Offices de Tourisme etc.).
- Gestion des archives.
- Réception des livraisons des éditions ADT.
- Organisation et suivi des diffusions des éditions ADT auprès des structures publiques et privées.
- Organisation distribution des éditions ADT lors de la Bourse d'Echange.

# PÔLE DIRECTION

## Logistique

### Gestion et suivi des commandes fournisseurs

- Engagement de la procédure d'achat appropriée.
- Définition des besoins/réapprovisionnement.
- 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.

### Gestion interne

- Recensement du parc informatique (PC, tablettes, portables) et téléphonie mobile.
- Organisation des événements de circonstances pour réunions, réceptions (demandes de devis, confirmation commandes).
- Commandes de denrées, cadeaux etc.
- 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.



# PÔLE DIRECTION

## 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 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, 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

Définir  
Clarifier  
Mettre en  
perspective

Croiser et  
analyser  
les données

Pierre  
**ANGLADE**



Conseiller et aider  
à la décision  
des politiques  
touristiques

Partager et  
diffuser  
l'information

## Notre équipe :

Pierre Anglade - Responsable de service  
Amandine Bréa

# PÔLE OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE

## 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.

### Plus en détail, nos fonctions sont :

- 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 : le Schéma Départemental d'Aménagement et de Développement du Tourisme et des Loisirs.
- 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 :

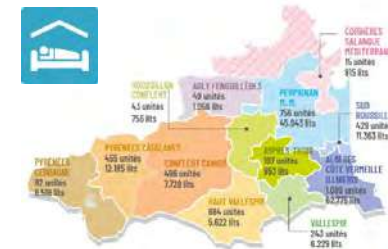
Créé depuis plus de 30 ans, le dispositif d'observation de conjoncture touristique ne cesse de s'améliorer et de répondre aux besoins des professionnels. Le traitement des données est de plus en plus fin. Il évalue au mieux les politiques touristiques mises en place. La dernière nouveauté est la création 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 constitue un outil de pilotage et de suivi pertinent des politiques touristiques mises en place au niveau départemental et infra-départemental. Il est donc un support essentiel dans tout plan d'actions, stratégie de développement du tourisme et des loisirs etc. 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.

\*Liste des 6 infra-zones : Côte catalane, Perpignan, Albères Vallespir, Conflent Aspres Roussillon, Agly Fenouillèdes, Pyrénées Catalanes.

# PÔLE OBSERVATOIRE ET PROSPECTIVE

## Les Pyrénées-Orientales en chiffres clés :

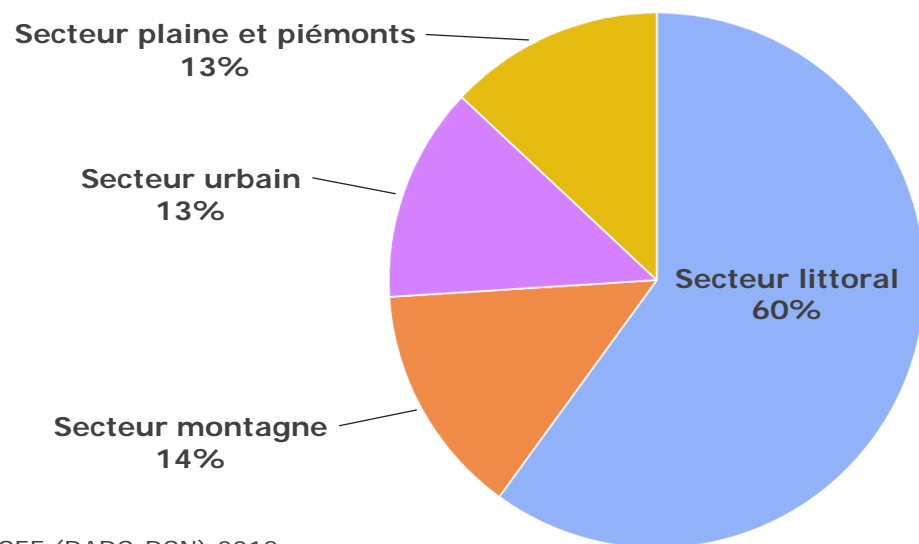
- 10 stations balnéaires - 5 stations thermales - 8 domaines skiables
- 7<sup>ème</sup> département Français et 2<sup>ème</sup> département touristique après la Haute-Savoie (rapporté à la population permanente, source Insee)
- 1 milliard de consommation touristique et 10.600 emplois salariés liés au 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
- 28,3 millions de nuitées touristiques marchandes et non marchandes (-10% par rapport à 2019)<sup>2</sup> :
  - 88% de nuitées françaises (-3% par rapport à 2019)<sup>3</sup>
  - 12% de nuitées étrangères (-26% par rapport à 2019)<sup>3</sup>



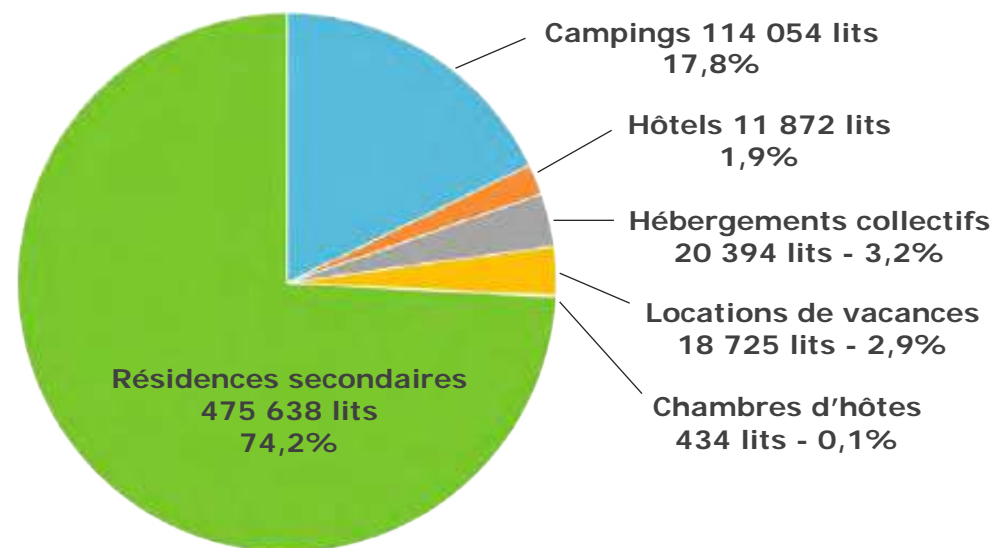
7,2 millions de visiteurs : 3,4 millions de touristes et 3,8 millions d'excursionnistes

Durée moyenne du séjour : 8 jours

### → Répartition des séjours sur le territoire



### → Nombre de lits



<sup>1</sup>INSEE (DADS-DSN) 2018

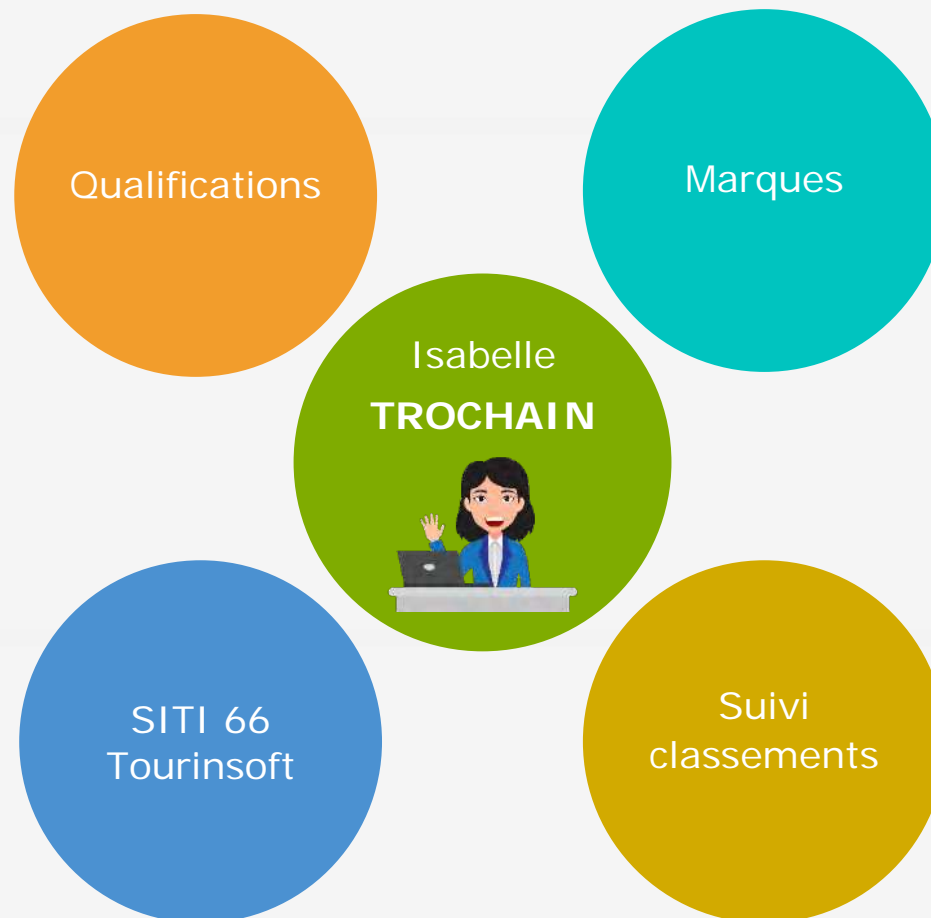
<sup>2</sup>Etude François Marchand

<sup>3</sup>Données FluxVision Tourisme

**Contact** : Pierre ANGLADE - 04 68 51 52 78 - pierre.anglade@adt66.com



# PÔLE QUALIFICATION ET STRUCTURATION DE L'OFFRE ET SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE (SITI 66)



## 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 (SITI 66)

## 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.

- 211 labellisés Qualité Tourisme Occitanie Sud de France dans les Pyrénées-Orientales fin 2021.
- 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.
- 5 Réunions de sensibilisation au label : socio-pros OTI Vallespir, sites du Pass, filière Activités de Pleine Nature, filière Offices de Tourisme, rencontres Socio-pros OTI Pyrénées-Méditerranée.



## 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. Réunion à Quillan en présence de l'ADT, des offices de tourisme du territoire des Pyrénées-Orientales impliqués.
- Qualification des professionnels de la filière vélo (réparateurs, accompagnateurs, loueurs) en lien avec les Offices de Tourisme indépendants, communautaires ou intercommunautaires.
- Valorisation de la thématique via l'édition de la carte « vélo », édition 2021/2022.
- 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 (SITI 66)

## 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 2020/2021.

## Qualification patrimoine

- Travail collaboratif avec le Département sur le suivi qualitatif et 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 en place d'une information régulière pendant l'année 2020 sur les prorogations de 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.

## 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.

# PÔLE QUALIFICATION ET STRUCTURATION DE L'OFFRE ET SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE (SITI 66)

## 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 ».
- Organisation d'un séminaire des utilisateurs du système d'information touristique : présentation des évolutions de l'outil et du dispositif du CRTL Occitanie, intervention d'un cabinet d'avocats spécialisé sur les droits à l'image (octobre 2021).
- Travaux avec le CRTL sur la qualité de la donnée (Réseau Régional d'Information Touristique : RRIIT).

≡ TOURINSOFT



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

- Maintenance et assistance technique auprès des structures adhérentes au SITI (46 structures représentant 320 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 (plus de 60 sites alimentés), 7 refontes de sites en 2020.
- Alimentation de nouveaux sites internet avec les données de la base de données (Train Rouge du Pays Cathare et du Fenouillèdes).
- Alimentation avec la base de données de progiciel de taxe de séjour (Aspres-Thuir).
- 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.

### Développement du Système d'Information Touristique

- Développement des collectes directes via les professionnels (VIT).
- Ouverture d'un accès réservé à des informations spécifiques sur le système pour les partenaires contributeurs.

\*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 2021, la base de données des Pyrénées-Orientales réunissait 27.606 offres touristiques. Nous avons 23.107 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 4.499 fêtes et manifestations (contre plus de 7.000 en 2019).

Contact : Isabelle TROCHAIN – 04 68 51 52 66 – [isabelle.trochain@adt66.com](mailto:isabelle.trochain@adt66.com)



# PÔLE LABELLISATIONS

Tourisme &  
Handicap

Accueil Vélo



Corinne  
**CAZORLA**

Autres actions

## 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. Nous effectuons des visites pour l'étude des critères techniques et nous faisons la promotion de ces différents marques ou labels sur le terrain et sur nos sites web.

## 1. Marque Tourisme et Handicap

### 1.1 Visites de labellisation

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

Fin 2021, 16 structures ont obtenu la Marque « Tourisme & Handicap » lors de la présentation des dossiers devant les 6 Commissions Interdépartementales Est Occitanie qui se sont déroulées ou en visioconférence ou en présentiel.

Fin 2021, 65 structures sont marquées « Tourisme & Handicap »



Château Royal de Collioure



Chambre d'Hôtes les Vignes  
Saint André



Musée de la l'Eau et de la  
Méditerranée - Le Boulou



Office de Tourisme  
Banyuls sur Mer



### 1.2 Brochure départementale « Tourisme & Handicap »



En Octobre 2021, une brochure recensant tous les sites marqués « Tourisme & Handicap » ainsi qu'une liste de partenaires de l'ADT des PO a été éditée à 500 exemplaires.

300 exemplaires ont été distribués en premier lieu au Salon Autonomic à Paris fin Octobre 2021.

Elle a été aussi envoyée à tous les OTI et BIT du département et diffusée lors de différentes réunions sur l'accessibilité.

# PÔLE LABELLISATIONS

## 1.3 Nouvelle application AMNT : Application des Marques Nationales du Tourisme

De juillet à Décembre 2021, un travail de migration des données de GMTH (Gestion de la Marque Tourisme & Handicap) vers AMNT (Application des Marques Nationales du Tourisme) a été entamé entre la DGE, ADN Tourisme et les ADT. En effet, les mises à jour sur GMTH n'étaient plus possibles. Parallèlement de nouvelles grilles AMNT ont été créées (6 grilles : hébergement ERP et non ERP, offices de tourisme, restauration, lieux de visite, et Loisirs) Plusieurs webinaires ont eu lieu pour informer sur la nouvelle procédure de saisie et former sur la saisie des fiches. AMNT a été ouvert officiellement fin Janvier 2022.

## 1.4 Tourisme Accessible et « Destination Pour Tous »

Le CRTLO a présenté un Plan d'Actions Transversal « Tourisme Accessible » à la demande de la Région. Trois réunions ont eu lieu, avec la présence d'Annette Masson (Présidente d'ATH France), de Luc Thulliez (DGE) et d'Eric Alexandre (Délégation Ministérielle à l'Accessibilité) en Février, Avril et Novembre suite aux 5 axes stratégiques identifiés en 2020 :

- Création d'un réseau d'acteurs régional (CRTLO, Offices de Tourisme, ADT/CDT).
- Qualification de destinations « Destination Pour Tous » : offrir une approche globale de l'accessibilité sur des périmètres d'attractivité.
- Valorisation des offres touristiques marquées « Tourisme & Handicap » sur le site web du CRTLO.
- Réflexions sur la création d'un dispositif de remontée d'une collection élargie d'offres accessibles, non certifiées T&H.
- Formations pour les acteurs du tourisme.



# PÔLE LABELLISATIONS

## 1.5 Accueils presse et Instagrameurs spécifiques Handicap

Fin Juin, avec Atout France et le CRTLO, l'ADT a accueilli un couple de blogueurs «Wheeled World» (blog spécialisé dans le handicap) qui a traversé l'ex Région Languedoc-Roussillon. Dans les Pyrénées-Orientales, ils ont visité la côte Vermeille (Paulilles) et la Forteresse de Salses.

Début Juillet, l'ADT a accueilli M. Lejard pour « Yanous », magazine francophone du handicap. Il a découvert le Train Rouge et testé les équipements d'accessibilité. Il a également visité le Mémorial de Rivesaltes et découvert la ville de Perpignan.



## 1.6 Réunions diverses

Fin Mars, une réunion avec le service Patrimoine du Département a eu lieu au Palais des Rois de Majorque pour amorcer un travail de mise en accessibilité des sites patrimoniaux et l'obtention de la marque « Tourisme & Handicap » sur le Château Royal de Collioure, Le Prieuré de Serrabone et le Château de Castelnou.

## 2. Marque Accueil Vélo

### 2.1 Visites de labellisation

« 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 2021, 43 visites de labellisation ont été effectuées sur des hébergements (meublés ou chambres d'hôtes, hôtels et restaurants, campings), des sites de visite, de loueurs et réparateurs de vélos, des Offices de Tourisme ou Bureaux d'Informations Touristiques. Fin 2021, quelques 33 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 90 le nombre de prestataires marqués « Accueil Vélo » en fin d'année.



Aquarium Oniria



Camping las Planes \*\*



Hôtel Ibis Centre



OTI Roussillon Conflent



# PÔLE LABELLISATIONS

## 2.2 Réunions diverses

Plusieurs réunions autour du vélo ont eu lieu durant cette année : le Projet Vélo Canigo Conflent (04/02/2021), Présentation de la marque auprès des Gîtes de France 66 et 34 (27/04/2021), le Cotech de la Méditerranée à Vélo (15/06/2021), les rencontres nationales Accueil Vélo (17/06/2021), la réunion de travail entre l'ADT et l'OTC Perpignan Méditerranée Tourisme (16/09/2021), la réunion technique Accueil Vélo OTI Aspres Thuir (27/09/2021) et la journée partenariale autour du Vélo en même temps que le Cycle Summit initiée par le CRTLO à Toulouse (25/10/2021).

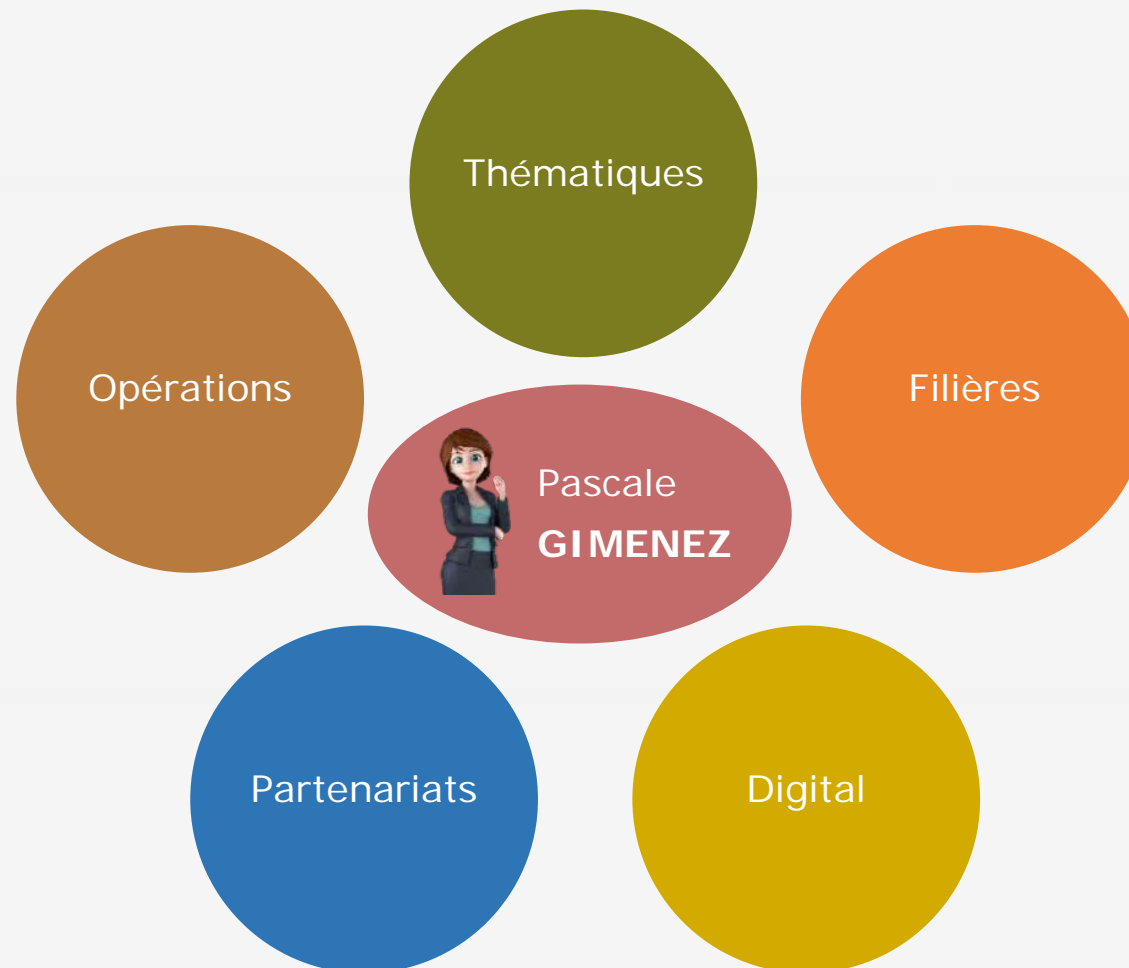
## 3. Autres actions

- Visite du Château de Castelnuovo en vue des démarches de qualité « Qualité Tourisme », « Tourisme & Handicap » et « Accueil vélo ».
- Participation aux rencontres de l'OTI Pyrénées-Méditerranée, présentation des démarches Qualité suivies par l'ADT : « Qualité Tourisme », « Tourisme & Handicap » et « Accueil Vélo ».
- Participation à une réunion sur la V81 sur Quillan.
- Participation à une démonstration d'un simulateur « Virtual Access » pour les personnes en situation de handicap moteur (simulateur de char à voile, de bateau, de visite de sites comme la Forteresse de Salses...).
- Mise à jour des informations et des pages de présentation des marques « Tourisme et Handicap » et « Accueil Vélo » sur les sites web de l'ADT (site grand public et site pro).



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'éducteurs, 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.
- Tourisme Industriel, intérêt constitué par les symboles d'activités industrielle et artisanale.

## Dossiers de fond

- GRC : mise en place de la GRC et audit RGPD, accompagnement Agence Jellyfish avec création et mise en ligne du bordereau de collecte (site web), travail sur le bordereau prospects Tourinsoft (insertion de nouveaux champs), premières opérations de collectes via les opérations salons.
- Tourisme Durable : participation aux réunions et à la dynamique. Présence à la formation de 5 jours "Acteurs de la Transition du Tourisme". Suivi adhésion, mise à jour de notre espace membre sur le site dédié ATD (Association Tourisme Durable).
- Suivi des GSO départementaux (Grands Sites Occitanie).
- La Méditerranée à vélo : suivi de l'axe Marketing et des éléments figurant sur cartes, mise en place reportage photo, vidéo. Relecture guide Ouest France, mise à jour idées séjours. Participation aux réunions de co-pilotage et participation aux comités de travail.
- V81 : suivi de l'axe Marketing, travail sur le positionnement.
- Confédération Pyrénéenne du Tourisme : suivi de l'élaboration du plan d'actions et des propositions d'actions ouvertes aux partenaires de la CPT, suivi du Contrat de Destination.
- 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, réalisation de 6 vidéos (générique et thématiques) pour la promotion des produits Epiremed, journée d'échanges à Prades.

# PÔLE MARKETING

## 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 du fichier Tourisme d'Affaire en partenariat avec le magazine Performances.
- Suivi des demandes des Agences Évènementielles et intermédiation : 6 dossiers confirmés (beaucoup d'annulations liées à la crise sanitaire).
- 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.
- Rendez-vous et suivi de porteurs de projets.



### 2.3 Tourisme Industriel

- Suivi et accompagnement des projets pilotés par l'OTI Aspres-Thuir (Caves Byrrh), reportés en 2022 selon le contexte sanitaire.

## 3. Marketing opérationnel

Avec le confinement, certains salons et opérations ont dû être soit annulés soit reportés en 2022 : festival « La Roue Tourne » Roques sur Garonne en février, salon Naturaventure Montpellier en février (qui n'existera plus), assises de la pleine Nature en P.O (partenariat CRTL), Fête du Vélo (partenariat CD 66), événement plongée sous-marine dans les Pyrénées-Orientales, festival Natural Games Millau, workshop Destination Vignobles, salon Les Thermalies à Paris, workshop et pré-tour Destination Incentive. Les opérations réalisées ont été les suivantes :

- Webinaire TourMag 10/06/2021 : présentation de la destination et de ses offres aux voyageurs Français lors d'un webinaire spécial PO.
- Tour de France, Céret 11/07/2021 : présence de l'ADT sur un espace du Conseil Départemental.



# PÔLE MARKETING

- Participation au « Salon des Escapades locales » à Auchan Perpignan, les 3 et 4 septembre 2021 : un espace ADT. Un jeu-concours a été organisé. La fréquentation stand a été de 120 personnes sur deux jours.



- Participation au Festival du film voyage et d'aventure « What a Trip » à Montpellier du 23 au 26 septembre 2021 : un espace ADT. Première participation de l'ADT des Pyrénées-Orientales au salon Voyage Aventure installé au cœur du festival What a Trip ! A Montpellier, un concept qui vise à favoriser une meilleure compréhension du monde à travers la pratique et la culture du voyage. Ce festival associe conférences, diffusion de films d'aventure, concerts et salon. Très belle dynamique et atmosphère, une fréquentation mitigée due à la crise sanitaire mais un visitorat de qualité.



- Participation au « Salon les occasions du multicoque » à Canet en Roussillon du 7 au 10 octobre 2021 : un espace ADT. Dans un contexte sanitaire délicat, la 6ème édition a atteint ses objectifs avec 9 multicoques d'occasion vendus sur les 16 présentés et 5 contacts pour du neuf pour Catana/Bali, malgré une fréquentation à la baisse : 4.000 visiteurs.





# PÔLE MARKETING

- Workshop France Méditerranée à Nice les 22 et 23 octobre 2021.  
Le rendez-vous incontournable du Bassin Méditerranéen Workshop organisé par Atout France. Comme à chaque édition, l'ADT était présente. Les professionnels du tourisme ont eu l'occasion de découvrir l'actualité du tourisme des Pyrénées-Orientales : networking, soirées événementielles, voyages en famille, rencontres de qualité. 10 rendez-vous avec les Tours opérateurs du bassin Méditerranéen.



- Workshop et soirée Régionale CycleSummit à Toulouse du 23 au 26 octobre 2021.  
Première édition en France. Une cinquantaine de tour-opérateurs (essentiellement européens) étaient attendus à Toulouse. L'ADT des Pyrénées-Orientales était présente au mini workshop spécifique vélo Région, le dimanche 24 octobre 2021 et au workshop européen du lundi 25 octobre afin de présenter l'offre vélo et pleine nature du département.



## 4. Jeux concours

Organisation et gestion des dotations/séjours dans le cadre :

- Des actions communes de collecte (GRC partagée) avec le CRTL (dotation ADT d'un séjour « montagne hiver »).
- Du « Salon des escapades » Auchan (dotations ADT avec entrées pour différents sites et un week-end en chambre d'hôtes en montagne).

## 5. Partenariats

### 5.1 Partenariats Conseil Départemental

- Suivi PDESI : CD - Participation aux réunions de mise en œuvre du PDESI.
- Carte Ambassadeurs : benchmark, premières réflexions et pistes de travail.
- Suivi de l'AMO mise en tourisme sites patrimoniaux : participation aux réunions.

### 5.2 Partenariats et actions conduites avec le CRTL

- Participation aux réunions : plan d'actions, rapports d'activités etc.
- Carte Occ'ygène : transmission des contacts des professionnels au CRTL pour recrutement et aide aux relances.
- GRC : participations aux réunions de travail pour mise en place de la GRC partagée au niveau régional. Première opération de collecte en fin d'année (jeu-concours, dotation hiver ADT)
- Suivi des réunions et participation aux filières et clubs : Activités de pleine nature, Tourisme durable, Thermalisme et Bien-être, Oeno-agri (participation à la stratégie oenotouristique régionale), Jeunes.
- Newsletter pro en juillet et décembre : 2 newsletters régionales envoyées aux prescripteurs (TO, CE...) mettant en avant les nouvelles offres départementales pouvant répondre à des demandes "groupes".

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

# PÔLE RELATIONS PRESSE

Accueils de  
médias

Interviews  
des professionnels  
pour radios et TV

Ghislaine  
**CORONAT**



Rencontres  
Presse  
(Workshops)

Traitement des  
demandes  
d'informations

## Notre équipe :

Ghislaine Coronat - Responsable de service  
Julien Folcher, Catherine Gillot

# PÔLE RELATIONS PRESSE

## Nos missions

Nos missions consistent à organiser des accueils des médias (français et étrangers) pour les reportages : magazines et \*PQR, webzines (mags sur le web) et blogs, influenceurs, radios et TV, guides touristiques. Ces accueils peuvent également être impulsés par l'ADT, lors de campagnes de communication spécifiques. \*Presse Quotidienne Régionale.

Nous traitons les demandes d'informations (tel, courriels etc.) émanant des médias pour leurs reportages. Nous participons aux rencontres avec la presse (workshops).

Nous réalisons également des dossiers de presse et fiches techniques thématiques, à la disposition des médias, disponibles sur notre [site pro.](#)

En 2021, notons le renforcement des actions sur le tourisme de proximité, bassin Catalogne, par la mise en place de prises de parole (radios) des professionnels (hébergeurs, restaurateurs, professionnels des activités outdoor, sites et musées, festivités etc.).



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

- Magazines et \*PQR
- Webzines 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), savoirs 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

**7** magazines de la presse française et  
**23** magazines de la presse internationale accueillis

**38** reportages papier et digital parus dans la presse Internationale

**1** groupe d'influenceurs France



**4** documentaires TV et **3** émissions TV

**18** reportages papier et digital parus dans la presse France

**16** participations à des interviews radios et chaînes YouTube

## 1. La presse Française

### 1.1 Magazines et Presse Quotidienne Régionale (accueils)

- ESPRIT D'ICI, 2 reportages : 8 pages parues en janvier 2022, « [Les Pyrénées extrêmes, de la Côte Vermeille aux Pyrénées Catalanes](#) » : adresses, gastronomie, terroir et 4 pages parues en avril 2021 « La perle rouge du Roussillon » (les cerises).
- SAVEURS, reportage en avril 2021 : 5 pages parues en mars 2022 « [la beauté du zeste](#) » : spécial Agrumes à Eus (Perrine et Etienne Schaller).
- LE DAUPHINE LIBERE : magazine Outlines « [Un canyon pour l'hiver au Canigó](#) ». Accueil en février 2021, 4 pages parues en octobre 2021.
- PYRENEES MAGAZINE : Parc Naturel Régional des Corbières Fenouillèdes, 12 pages à paraître au printemps/été 2022.
- LE FIGARO spécial Chambres d'Hôtes : avril 2021 à Saint Génis des Fontaines. [Voir la publication](#).



### 1.2 Magazines online (Webzines) et Blogs Tourisme (accueils)

- WHEELED WORLD : magazine spécial « tourisme handicap », « [De Collioure à Aigues Mortes, le long du littoral d'Occitanie](#) ». Accueil en juin 2021. En ligne en juillet 2021.
- YANOUS : magazine spécial « tourisme handicap ». « [L'hiver à Perpignan, Banyuls, Collioure, Thuir, Prades](#) ». En ligne en septembre 2021.

# PÔLE RELATIONS PRESSE

## 1.3 Magazines/Emissions TV (accueils)

- ARTE TV, 2 documentaires dans « Invitation au Voyage » :  
Les Barques Catalanes, diffusion février 2022 et [replays](#).  
Le Train Jaune, diffusion mars 2022 et [replays](#).
- USHUAÏA TV, Magazine « Bougez Vert » :  
Tautavel, la Caune de l'Arago et le Musée de la Préhistoire Tautavel, Les Orgues d'Ille. Accueil novembre 2021, diffusion janvier 2022. [Reportage](#).  
La Réserve Marine Cerbère-Banyuls, la Réserve Naturelle de la Forêt de la Massane, Randos pédestres, VTT. Accueil novembre 2021, diffusion janvier 2022. [Reportage](#).
- FRANCE2 « Télématin, Le Triporteur » :  
« L'anchois de Collioure revisité par nos chefs ». Tournage juillet 2021, diffusion août 2021. [Replay](#).
- FRANCE3 « Météo à la Carte » :  
« [Le temps des Cerises](#) » et « [A la rencontre des plus grands prédateurs Ecozon](#) ». Diffusion juin 2021.



## 1.4 Influenceurs (accueils)

- Groupe d'influenceurs en blog trip, thématique Thalasso.

## 1.5 Parutions suite au traitement des demandes

- LE PARISIEN AUJOURD'HUI EN FRANCE (papier et digital) : [Voyages en Pyrénées : des idées de vacances pour cet été](#). Partenariat avec l'Agence des Pyrénées, cahier spécial 8 pages (juin 2021).
- MIDI LIBRE (papier et digital) : « Neige, comment les stations de ski catalanes se sont adaptées aux restrictions dues au coronavirus ». [Article](#).
- EQUIPE MAGAZINE : « [Tour des Pyrénées et idées séjours pour l'été](#) », itinérance VTT Pyrénées Catalanes et Train Jaune, mai 2021.
- FIGARO MAGAZINE : « [Ski de randonnée dans les Pyrénées](#) » janvier 2021.
- METROPOLITAIN LE MAG (semestriel lifestyle Montpellier) : « [Sur la route du chanteur Bruno Caliciuri dit « Cali »](#) », juin 2021.

## 1.6 Parutions suite accueils 2018 - 2019 – 2020

- DETOURS EN FRANCE : 80 pages spéciales P.O., « [De la Côte Vermeille au sommet du Canigó](#) », diffusion septembre 2021.
- PARTIR ET MEDITER : livre Hachette, « Saint Martin du Canigó » et « [Des vœux et des feux pour la Saint-Jean](#) », ouvrage dédié à 67 lieux pour se ressourcer. Diffusion en novembre 2021.



# PÔLE RELATIONS PRESSE

## 2. La presse étrangère

### 2.1 Magazines et Presse Quotidienne Régionale (accueils, format papier et version digitale)

#### Allemagne :

- DIE ZEIT : accueil juin 2021, diffusion du reportage sur le sentier du littoral, Argelès-sur-Mer et Côte Vermeille prévue juin 2022.

#### Espagne :

- DESCUBRIR, 1er magazine spécialisé sur les « pays » catalans :  
Premier reportage pour présenter l'ensemble des vins de la Catalogne en intégrant ceux des P.O. "Catalogne du Nord". Deux pages élaborées avec la contribution de l'ADT, épaulé du CIVR/Tourisme de Terroir. Diffusion en Catalogne en août 2021. [Article](#).  
Deuxième reportage « Camins de l'Abat Oliba ». Accueil en février 2021, magazine paru en mai 2021. [Article](#).
- EL PERIODICO DE CATALUNYA, reportage Collioure. Accueil en juillet 2021, magazine paru en décembre 2021.

#### Belgique :

- DEUZIO (supplément week-end de la Presse Quotidienne Régionale « L'Avenir »). Trois reportages, parution prévue en juin 2022 :  
« Randonnées vtt dans les Pyrénées Catalanes », « Rando pédestre dans les Gorges de la Carança », « Randos pédestres en Conflent-Canigó avec ascension du Canigó ».
- « [Saveurs Bio du Pays Catalan](#) » et « Le vin Bio, c'est 40% de travail en plus ». Accueil en septembre, parution en avril 2022.
- GAZETTE VAN ANTWERPEN + HET NIEUWSBLAD (Groupe MEDIAHUIS). « Train Jaune et découverte des Pyrénées Catalanes » : "Wandelen in de Oostelijke Pyreneeën", 4 pages parues en mai 2022.
- LA LIBRE BELGIQUE, 2 accueils sur 2 thèmes différents :  
« [Le Canigó, montagne sacrée des catalans](#) », parution en novembre 2021.  
« [Pays Catalan entre terre et mer](#) », Art de Vivre Albères, Vallespir, Côte Vermeille (terroir, artisanat, agritourisme). Reportage en septembre 2021, parution en octobre 2021.
- LA DERNIERE HEURE (PQR) : 3 accueils/reportages :  
« Tour du Canigó, Train Jaune, Pyrénées Catalanes », reportage en septembre 2021, parution en novembre 2021.  
« Saveurs Bio du Pays Catalan » reportage en septembre 2021, parution en octobre 2021. [Article](#).



# PÔLE RELATIONS PRESSE

## Pays-Bas :

- WINELIFE Mag « [Gastronomie et vins en Pyrénées-Orientales](#) ». Accueil juin 2021, parution novembre 2021.
- FREELIFE (groupe ACSI). Deux reportages, « [France, road trip en Pyrénées Catalanes](#) », « [La Côte Vermeille](#) », accueil en septembre 2021, diffusion en septembre 2021.
- HOOGTELIJN, [Tour du Canigó](#). 2 pages parues en février. Accueil septembre 2021.
- DAGBLAD VAN HET NOORDEN et MEER MAG, « Kanari Egeel ». Reportage Train Jaune et Conflent, parus en février 2021.
- LEVEN IN FRANKRIJK, vins, gastronomie et chocolat en P.O. Accueil juin 2021, en ligne en mars 2022.



## 2.2 Magazines online (Webzines) et Blogs Tourisme (accueils)

### Belgique :

- GOURMAND GAZETTE : « Saveurs bio en pays catalan, un territoire au cœur du développement durable (art de vivre : vins et produits du terroir en biodynamie) ». "[Pyrénées Orientales, waar eten een soort religie is](#)" Accueil en septembre 2021, diffusé en avril 2022.
- SENIORENNET : « [Canigó-Conflent et Train Jaune](#) ». Accueil en septembre 2021, à paraître en juin 2022.
- BAZARMAG : « [Les Pyrénées-Orientales, entre terroir et artisanat](#) ». Accueil septembre 2021, mise en ligne février 2022.



### Espagne :

- EL MUNDO EN TU BOLSILLO : Focus destination P.O. sur la chaîne YouTube et relais sur les réseaux sociaux (Linkedin, Twitter, Facebook). En ligne en juillet 2021. « [Pirineos Orientales, una experiencia de altura](#) ».
- MIL VIATGES : Blog tourisme qui s'adresse à une clientèle hispanophone et catalanophone. 3 reportages : « [la route de l'art roman en P.O.](#) », « [le Sud de la France avec les enfants, en P.O.](#) », « [La Maternité d'Elne et le Mémorial de Rivesaltes](#) ». Accueil juillet 2021 et diffusion septembre 2021.
- TOP VIAJES : Première revue de voyages (tour operator) on line sur le marché espagnol. « [Le Roussillon en famille](#) », accueil en juillet 2021 et diffusion en septembre 2021.

### Pays-Bas :

- FRANKRIJK PUUR : 3 Reportages : « [En Train Jaune à travers les montagnes catalanes](#) », « [La boucle des 12 étangs du Carlit](#) », « [Abbaye Saint Martin du Canigó, coin de paradis en pleine montagne](#) ». Diffusion septembre/octobre 2021.
- FAVORFLAV.com : Gastronomie et Vins, accueil en juillet 2021 et diffusion en juin 2022.

# PÔLE RELATIONS PRESSE

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

### Espagne :

- RADIO MARCA BARCELONA
  - Magazine « Estació França », diffusion lors des matinales (10h à 10h30) le samedi (saison été/automne 2021). Toutes thématiques Pyrénées-Orientales : mer, montagne, ville, festivités.
  - [Emission](#) le 23 juillet 2021 pour la promotion des courts séjours en P.O. (été, automne).
  - Magazine « Ski Neu », en direct sur RADIO MARCA tous les vendredis de 13h à 13h30 (saison hivernale 2021/2022). 10 émissions de promotion des Neiges Catalanes et de la montagne l'hiver avec prises de parole des responsables de stations, des Offices de Tourisme intercommunaux et de l'ADT. Toutes les émissions sont en ligne sur [radiomarcabarcelona.com](http://radiomarcabarcelona.com).
- RADIO RAC1 « La primera pedra »  
4 samedis, de septembre à décembre 2021 avec focus sur la thalassothérapie, les festivités, les sports d'hiver et la montagne automne/hiver. Prises de parole des socio-professionnels, responsables de stations de ski, offices de tourisme intercommunaux etc.  
02 octobre : [Thalassothérapie](#), 07 octobre : [Patrimoine et visite des P.O. en famille](#), 27 novembre : [Les Neiges Catalanes](#) à 6', 28 novembre : [OTI Pyrénées Catalanes](#) à 4'.

## 2.4 Parutions suite aux accueils 2018, 2019, 2020

### Allemagne :

- FISCH UND FLIEGE (magazine papier et version digitale), « [La pêche à la mouche dans les P.O.](#) ». Accueil 2020 et parution mai 2021.
- RHEIN NECKAR ZEITUNG (magazine papier et version digitale), [fromagerie du Haut Vallespir](#). Accueil 2018 et parution septembre 2021.
- FRANKRIJK PUUR, « [Randonnée sur le Pic du Madres](#) », reportage de juin 2020 mis en ligne en février 2021.

### Belgique :

- LE JOURNAL DU MEDECIN (PQR, pages week-end), Train Jaune et Conflent. Accueil 2020 et parution octobre 2021.
- MEDIAHUIS : GAZETTE VAN ANTWERPEN (magazine papier et version digitale).  
Vacances en famille sur la côte sableuse ([Saint-Cyprien et alentours](#)). Accueil 2020 et parution août 2021.  
Du Pic Neulós jusqu'au sentier du littoral et Paulilles. Reportage octobre 2019 et parution mars 2021.



# PÔLE RELATIONS PRESSE

## Grande Bretagne :

- WeBlogTheWorld (blog), « [Pyrénées Orientales, une destination idéale pour des vacances en hôtellerie de plein air](#) ». Accueil 2020 et mise en ligne en juin 2021.

## Japon :

- WINEWHAT (magazine papier et [version digitale](#)), « Les vins Collioure et Banyuls ». Accueil 2020 et mise en ligne depuis mars 2021.

## Pays-Bas :

- FRANKRIJK PUUR (blog), 3 reportages en juin 2020 : « [Balade citadine à la découverte de Perpignan](#) », « [A la découverte de la côte Vermeille](#) », « [Pic du Madres, sommet montagneux à la frontière entre l'Aude et les P.O.](#) ». Accueil 2020 et diffusion février 2021.
- NATIONAL GEOGRAFIC TRAVELER (magazine papier et version digitale) : « [Frans Catalonië](#) », Perpignan et la Côte Vermeille. Accueil 2020 et parution mars 2021.

## USA :

- Forbes (blog), « [Vous visitez Collioure ? Tout ce que vous ne devez pas rater](#) ». Accueil 2020 et mise en ligne depuis juin 2020.

⇒ Retrouvez l'ensemble des reportages évoqués ci-dessus sur notre [site pro.](#)

## 3. Les Rencontres Presse (workshops)

### Deux workshops :

- « Partir en France » (en visioconférence, organisation ADN Tourisme en janvier). 6 Mags on line et blogs France, 8 Mags et PQR papier (1 version digitale) pour reportages 2022.
- « MediaEvent » (en visioconférence, organisation Atout France Pays-Bas en février). 7 Mags on line et blogs néerlandais, 9 Mags et PQR papier (1 version digitale) pour reportages 2022.

**Contact :** Ghislaine CORONAT – 04 68 51 52 61 – [ghislaine.coronat@adt66.com](mailto:ghislaine.coronat@adt66.com)

# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

Communication  
digitale

Communication  
print

Isabelle  
**SOBRAQUES**



Actions en  
partenariat

Insertions et  
campagnes

## 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 **14.000.000** personnes touchées en 2021

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

Langues :



Visiteurs : 800.000



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



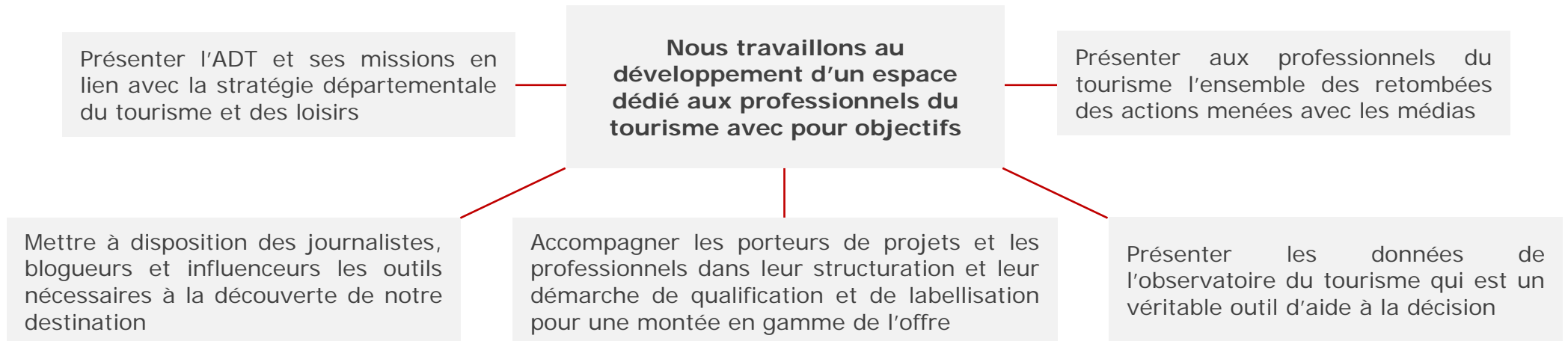
# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

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

Langue :



Visiteurs : 16.700





# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

Le Blog : [visitpo.fr](http://visitpo.fr)

Langue :



Visiteurs : 21.500

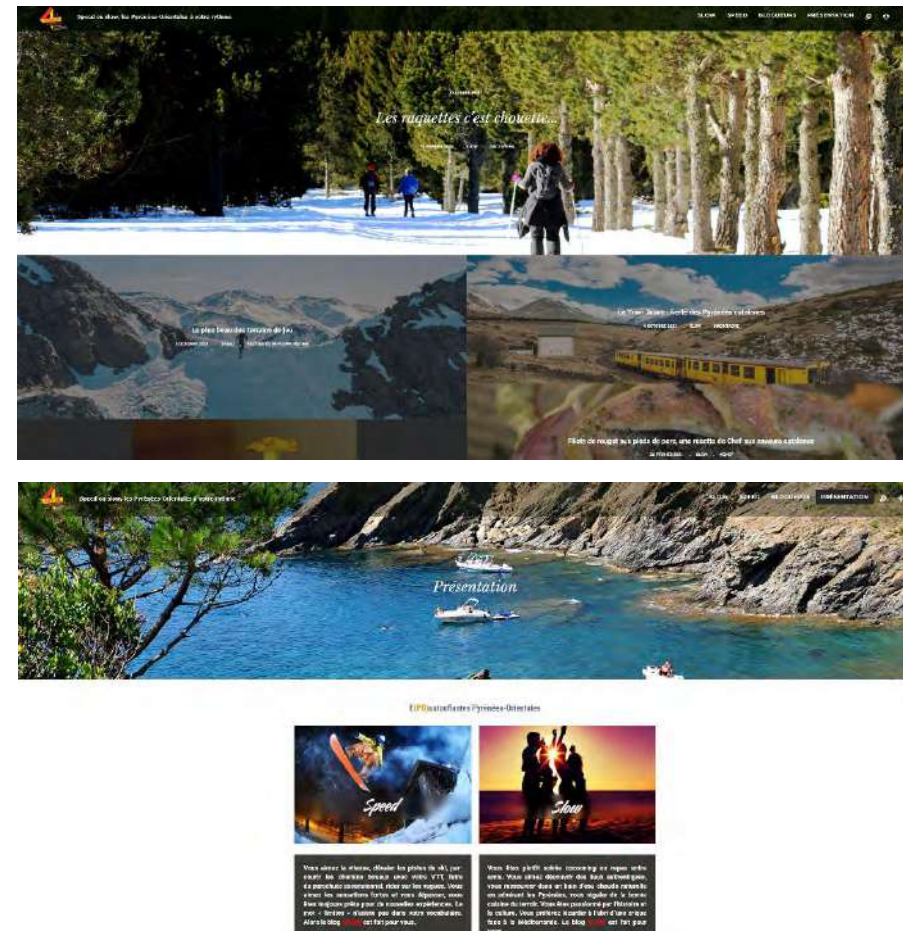


Aide à la saisie et / ou à l'optimisation technique des articles créés

Préparation et envoi d'une newsletter aux abonnés du blog à chaque nouvelle publication

Optimisation du référencement naturel sur les 80 articles existants sur le blog

Adaptation des articles selon les évolutions (changements de site web, de contenu etc.)



# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Les réseaux sociaux



**Facebook : plus de 68.000 fans**  
**Plus de 10.400.000 personnes touchées**

- Page en français : [Pyrénées-OrientalesTourisme](#)  
212 publications et 12 stories
- Page en catalan/castillan : [Pirineus-Oriental Turisme](#)  
167 publications
- Page en anglais : [Mediterranean Pyrenees in Pays Catalan](#)  
159 publications



**Pyrénées-Orientales Tourisme**

@tourisme.pyreneesorientales • 4,8 (278 avis) -  
Office du tourisme

En savoir plus

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



**Instagram : plus de 28.000 abonnés**  
**Plus de 2.700.000 personnes touchées**

[pyreneesorientales\\_tourisme](#)

145 photos, 11 vidéos, 341 stories



# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Baromètres We like travel 2021

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 01/09/2020 au 01/09/2021

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

84<sup>ème</sup> sur 604 destinations françaises (offices de tourisme, départements, régions et territoires confondus).

#### Top 5 des départements selon le taux d'engagement Facebook (pages de plus de 10.000 fans) :

4<sup>ème</sup> avec un taux d'engagement de 4,18%.

#### Facebook :

Taux d'engagement <sup>1</sup>mensuel moyen sur l'année 2021 : 2,95%.

#baromètres

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 we-like-travel.com
Entre 1 et 1,5% : moyen	Plus de 3,5% : excellent	

#### Instagram :

Taux d'engagement <sup>1</sup>mensuel moyen sur l'année 2021 : 5,61%.

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 instaboss.app

<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.



# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

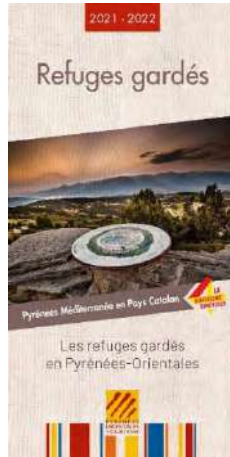
## 2. Mise à jour des outils de communication print

### Les cartes et brochures

Carte hébergements  
10.000 exemplaires



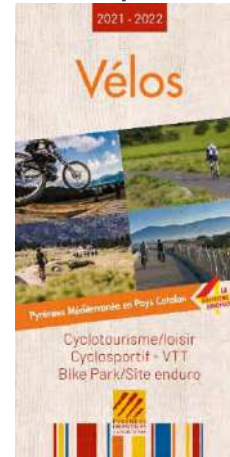
Carte Refuges gardés  
Format web



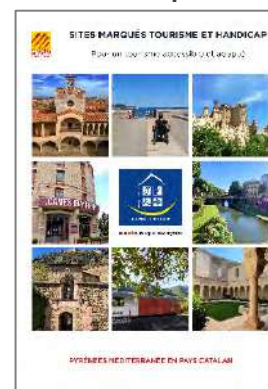
Carte Tourisme et Loisirs  
200.000 exemplaires



Carte Vélos  
40.000 exemplaires



Brochure Tourisme et Handicap  
500 exemplaires

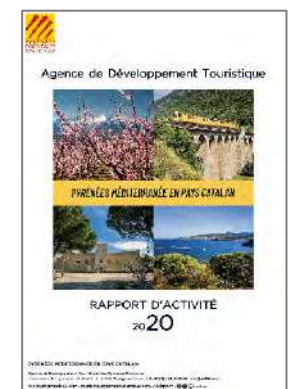


Création et suivi d'impression

Dépliant chiffres clés  
1.000 exemplaires



Rapport d'activité  
200 exemplaires



Création et suivi d'impression

Les fiches presse  
44 en  et 30 en 



Disponibles sur le site pro

Sacs polypro  
1.000 exemplaires



Kakémonos

APN Slow - APN Speed - APN vélos



Kit papeterie  
Nouvelle charte PowerPoint, enveloppes, papier en-tête



# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Visuels et outils de communication pour les salons et opérations de promotion

Contenus brochures exposants, enseignes etc. : Workshop Cycle Summit, Salon des Escapades, Festival What a Trip, Natural Games, Salon du Randonneur Lyon.

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

#### Actions de communication digitales récurrentes

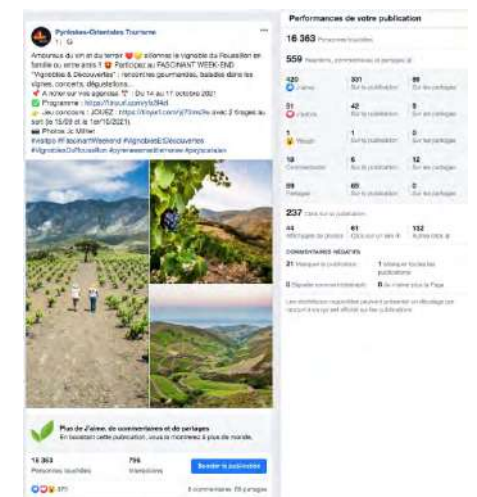
**Promotion et soutien des sites et événements phares** (Electrobeach Music Festival, Eté 66, Festival Pablo Casals, Fêtes de la Saint Jean, Journées du patrimoine, Les 3 Fêtes de l'Ours, Les Déferlantes, Les Enfants de la Mer, Mémorial du Camp de Rivesaltes, Tour de France 2021 à Céret, Village de Noël 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 - 12 stories sur la page Facebook et le compte Instagram :



Relais de l'opération Le Fascinant Week-end Vignobles & Découvertes menée par la fédération Tourisme de Terroir - Insertion du programme sur le site web et post Facebook :



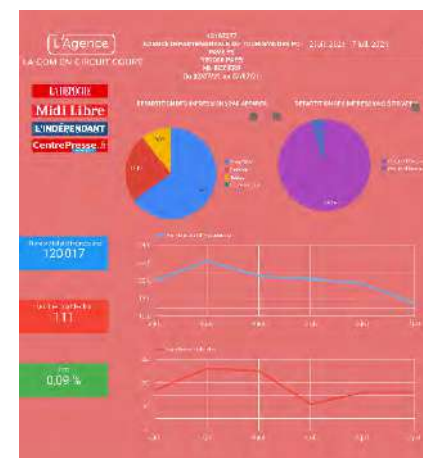
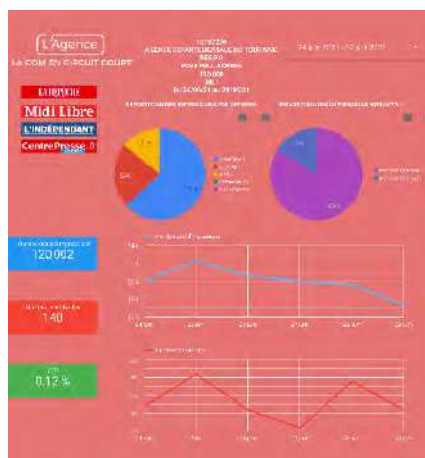
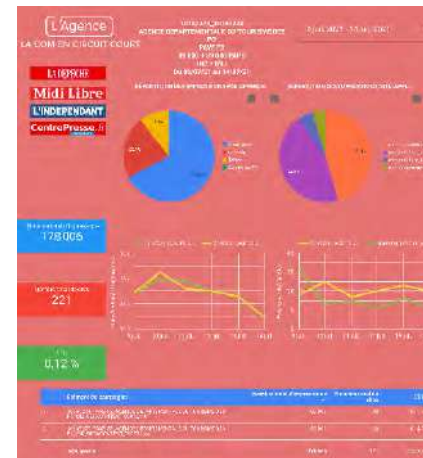
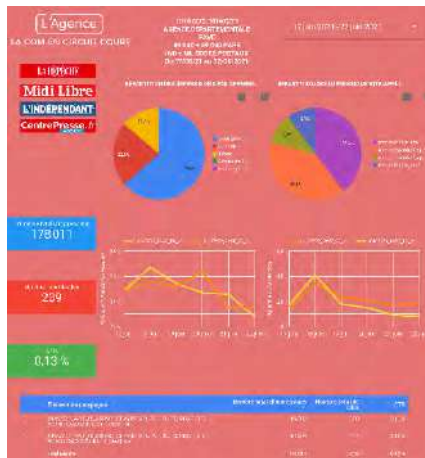


# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Insertions et campagnes de communication

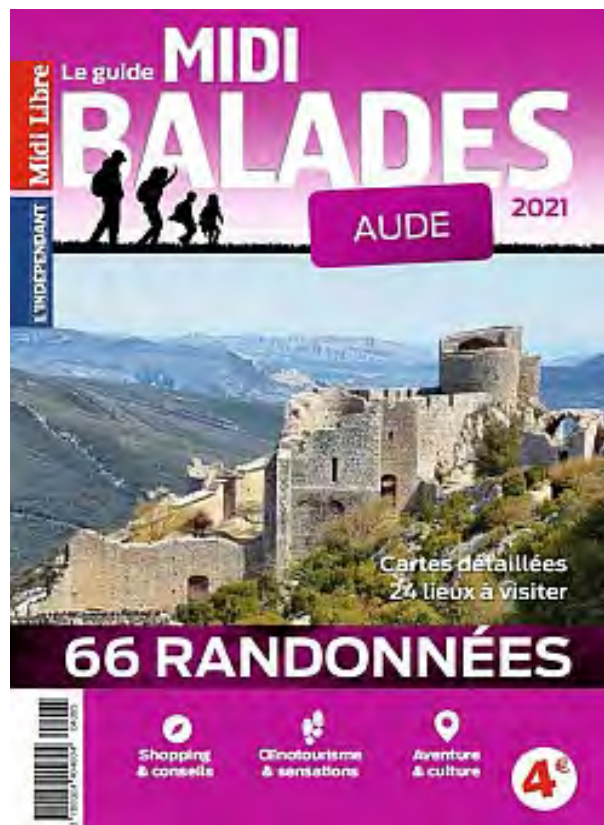
**Campagne de communication printemps** digitale et print #ToutEstIci, à destination des habitants des Pyrénées-Orientales et de nos voisins (utilisation des espaces publicitaires liés à l'adhésion au Club de l'Eco) :

- 4 insertions L'Indépendant (Aude) et 4 insertions Midi Libre (Béziers)
- Insertion digitale : 178.000 impressions lindependant.fr et midilibre.fr (Aude) et 178.000 impressions midilibre.fr (Béziers et 50km)



# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

Insertions supplémentaires #ToutEstIci : 1 page dans Midi Balades Aude et Hérault





# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Campagne de communication automne

Campagne digitale et print #ToutEstIci à destination des habitants des Pyrénées-Orientales et de nos voisins :

- 1 page dans Terres Catalanes hiver (décembre)
- 1 campagne digitale display multi format sur lindependant.fr (24/11/2021 au 08/12/2021)



## Insertions soutien filière Tourisme d'Affaires

- 1 page dans Le Figaro Midi Pyrénées (+ digital) 07/05/21
- 1 page dans Les Décideurs (Mag éco de L'indépendant) - annuel - novembre 2021 (print et web) dans le cadre de notre adhésion au Club de l'Eco de L'Indépendant



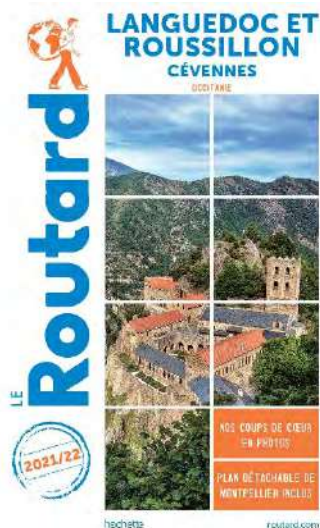
# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

- 1 page dans Performances - annuel - novembre 2021 (page mise à disposition par le Conseil Départemental 66).



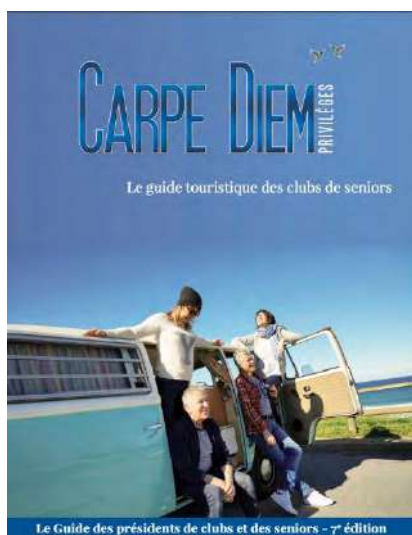
# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

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



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

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



# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## 4. Les actions en partenariat

### Avec les Neiges Catalanes

#### Campagne mix média promotion « Montagne Hiver » 2021/2022

Cible : Nantes et Pays de Loire + Occitanie

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

- Affichage : réseau Next One – Indoor média : 80 faces dans 40 établissements de Nantes – prévu du 11 au 25/11/21,
- Display mobile : achat de clics (5 700) géolocalisés (Nantes) sur Applis du groupe Lagardère (Météo France, Chérie FM, Madame Figaro, Ouest France, Téléstar) du 24/01 au 06/02/22,
- Hit West (Radio Régionale du Pays de la Loire) : 112 spots de 30 secondes – diffusion du 15 au 28/11/21,
- Virgin Radio (Nantes) : 112 spots de 30 secondes – diffusion du 10 au 23/01/22,
- Elle-édition régionale Pays de la Loire (44-49-53-72-85) - Diffusion : 27 932 exemplaires – 110 000 lecteurs - dossier montagne Pyrénées : ½ Page Quadri - Parutions : 26/11 au 03/12/21,
- Sud-Ouest - Un hiver dans les Pyrénées - 1 page + web 4 et 5/11/21,
- Sets de table : Setimpact : campagne secteur Nantes à partir du 03 au 30/01/2022 - 20 000 exemplaires,
- Participation opération presse à Barcelone.





# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Campagne social media

9 posts Facebook sponsorisés sur la page Destination en Catalan/Castillan « Pirineus-Orientals Turisme » du 2 au 17 décembre 2021.

**Les Angles**  
**23.400** personnes touchées  
**2.200** interactions

**Pirineus-Orientals Turisme** est à Les Angles Le Village Station. \*\*\*  
 2 décembre · Les Angles · G  
**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 8 zones d'esquí alpí i 1 zona d'esquí de fons.  
 🟢 El domini esquiable **LES ANGLÉS**: 45 pistes d'esquí alpí. Vine a viure al ritme d'una estació que combina modernitat i tradició, autènticitat e innovació.  
 📌 Prepara la teva estada :  
<https://lesangles.com/>  
<https://www.neigescatalanes.com>  
 📷 Foto Les Angles  
 #visitPO #lesangles #pirineucatala #cerdanyatrancasa #PirineusOrientals #PirineusCatalans #neigescatalanes  
 Voir la traduction



Performances de la publication

1 103 👍 J'aime	1 078 Sur la publication	25 Sur les partages
138 ❤️ J'adore	109 Sur la publication	29 Sur les partages
1 😲 Wouah	1 Sur la publication	0 Sur les partages
1 😞 Triste	1 Sur la publication	0 Sur les partages
19 Commentaires	12 Sur la publication	7 Sur les partages
80 Partages	80 Sur la publication	0 Sur les partages
768 Clics sur la publication		
155 Affichages de photos	37 Clics sur un lien	576 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
1 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

**Cambre d'Aze**  
**37.100** personnes touchées  
**1.800** interactions

**Pirineus-Orientals Turisme** est à Cambre d'Aze. \*\*\*  
 3 décembre · Saint-Pierre-Quel-Fortets · G  
**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 8 zones d'esquí alpí i 1 zona d'esquí de fons.  
 🟢 Dins d'un imponent circ glacial, el domini esquiable de **CAMBRE D'AZE** els pobles de Eymet i Saint-Pierre-des-Forcats ofereixen 22 quilòmetres de pistes amb més de 600 metres de desnivell, en plena naturalesa.  
 📌 Prepara la teva estada :  
<https://www.cambre-d-aze.com/ca>  
 📷 Foto Jo Mihef  
 #visitPO #cambreaze #pirineucatala #cerdanyatrancasa #PirineusOrientals #PirineusCatalans #neigescatalanes  
 Voir la traduction



Performances de la publication

601 👍 J'aime	595 Sur la publication	6 Sur les partages
42 ❤️ J'adore	39 Sur la publication	3 Sur les partages
1 😲 Grrr	1 Sur la publication	0 Sur les partages
13 Commentaires	10 Sur la publication	3 Sur les partages
14 Partages	14 Sur la publication	0 Sur les partages
308 Clics sur la publication		
70 Affichages de photos	14 Clics sur un lien	224 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
2 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

**Porté-Puymorens**  
**14.000** personnes touchées  
**1.700** interactions

**Pirineus-Orientals Turisme** est à Porté-Puymorens. \*\*\*  
 3 décembre · G  
**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 8 zones d'esquí alpí i 1 zona d'esquí de fons.  
 🟢 A **PORTÉ-PUYMORENS**, antigament anomenada l'estació dels Alps als Pirineus, descobrius l'essent de la muntanya amb una neu natural excepcional, en un ambient tranquil i relaxat.  
 📌 Prepara la teva estada :  
<https://porte-puymorens.es/ca/>  
<https://www.neigescatalanes.com>  
 📷 Foto Jc Mihef  
 #visitPO #portepuymorens #pirineucatala #cerdanyatrancasa #PirineusOrientals #pirineucatalans #neigescatalanes  
 Voir la traduction



Performances de la publication

343 👍 J'aime	334 Sur la publication	9 Sur les partages
30 ❤️ J'adore	27 Sur la publication	3 Sur les partages
2 😲 Wouah	1 Sur la publication	1 Sur les partages
1 😞 Grrr	1 Sur la publication	0 Sur les partages
1 Commentaires	1 Sur la publication	0 Sur les partages
6 Partages	6 Sur la publication	0 Sur les partages
107 Clics sur la publication		
13 Affichages de photos	17 Clics sur un lien	77 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
1 Masquer la publication	1 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Campagne social media

Font-Romeu Pyrénées 2000  
**17.900** personnes touchées  
**1.400** interactions



### Performances de la publication

694 J'aime	682 Sur la publication	12 Sur les partages
64 J'adore	47 Sur la publication	17 Sur les partages
1 Haha	1 Sur la publication	0 Sur les partages
10 Commentaires	9 Sur la publication	1 Sur les partages
37 Partages	37 Sur la publication	0 Sur les partages
<b>292</b> Clics sur la publication		
42 Affichages de photos	14 Clics sur un lien	236 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
1 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

Formiguères  
**14.300** personnes touchées  
**1.200** interactions



### Performances de la publication

454 J'aime	436 Sur la publication	18 Sur les partages
35 J'adore	28 Sur la publication	7 Sur les partages
1 Commentaires	1 Sur la publication	0 Sur les partages
18 Partages	18 Sur la publication	0 Sur les partages
<b>160</b> Clics sur la publication		
32 Affichages de photos	9 Clics sur un lien	119 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
1 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

Puyvalador  
**20.900** personnes touchées  
**1.400** interactions



### Performances de la publication

520 J'aime	483 Sur la publication	37 Sur les partages
48 J'adore	28 Sur la publication	20 Sur les partages
1 Wouah	1 Sur la publication	0 Sur les partages
6 Commentaires	2 Sur la publication	4 Sur les partages
29 Partages	29 Sur la publication	0 Sur les partages
<b>393</b> Clics sur la publication		
55 Affichages de photos	29 Clics sur un lien	309 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
2 Masquer la publication	1 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	



# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Campagne social media

Puigmal 2900  
19.400 personnes touchées  
1.100 interactions



### Performances de la publication

864 J'aime	839 Sur la publication	25 Sur les partages
77 J'adore	67 Sur la publication	10 Sur les partages
1 Wouah	1 Sur la publication	0 Sur les partages
4 Commentaires	3 Sur la publication	1 Sur les partages
43 Partages	43 Sur la publication	0 Sur les partages
720 Clics sur la publication		
181 Affichages de photos	19 Clics sur un lien	520 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
1 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

La Quillane  
12.000 personnes touchées  
1.700 interactions



### Performances de la publication

461 J'aime	459 Sur la publication	2 Sur les partages
37 J'adore	34 Sur la publication	3 Sur les partages
0 Commentaires	0 Sur la publication	0 Sur les partages
20 Partages	20 Sur la publication	0 Sur les partages
162 Clics sur la publication		
29 Affichages de photos	14 Clics sur un lien	119 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
1 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

Station Nordique du Capcir  
49.000 personnes touchées  
2.500 interactions



### Performances de la publication

1 286 J'aime	1 254 Sur la publication	32 Sur les partages
176 J'adore	149 Sur la publication	27 Sur les partages
1 Grr	1 Sur la publication	0 Sur les partages
18 Commentaires	17 Sur la publication	1 Sur les partages
83 Partages	83 Sur la publication	0 Sur les partages
2 340 Clics sur la publication		
1 000 Affichages de photos	93 Clics sur un lien	1 247 Autres clics
<b>COMMENTAIRES NÉGATIFS</b>		
2 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications	
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page	

# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Avec le CRTL Occitanie Sud de France

Participation aux campagnes de communication et à la mise à jour des contenus des outils de communication.

- Plan d'action « Tremplin » : soutien filières et destinations : œnotourisme, thermalisme, tourisme social UNAT, littoral.
- Mise en place d'une GRC partagée : réunions toute l'année et action de collecte partagée : jeu concours hiver sur les réseaux sociaux (7.805 contacts qualifiés).
- Participation aux comités éditoriaux pour partage Expériences/Fabuleux Voyages sur le site web du CRTL.

**Performances de votre publication**

17 725 Personnes touchées		
197 Réactions, commentaires et partages		
131 J'aime	122 Sur la publication	9 Sur les partages
12 J'adore	9 Sur la publication	3 Sur les partages
1 Wouah	0 Sur la publication	1 Sur les partages
32 Commentaires	30 Sur la publication	2 Sur les partages
21 Partages	21 Sur la publication	0 Sur les partages
767 Clics sur la publication		
11 Affichages de photos	399 Clics sur un lien	357 Autres clics

**COMMENTAIRES NÉGATIFS**

9 Masquer la publication	0 Masquer toutes les publications
0 Signaler comme indésirable	0 Je n'aime plus la Page

Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications

**17 725** Personnes touchées

**964** Interactions

Boostée le 19 nov 2021 Par Véro Fabre Terminée

Personnes touchées **10,2 K** Clics sur un lien **292**

Voir les résultats

127

23 commentaires 21 partages

## Avec l'Agence des Pyrénées

Pour la promotion du massif sur leurs marchés prioritaires (Grande Bretagne – Espagne – Ile de France) dans le cadre du Contrat de Destination Pyrénées : participation aux réunions et à l'analyse des offres du marché pour recruter l'agence de communication, aux commissions promotion et communication etc.

# PÔLE COMMUNICATION DIGITALE ET PRINT

## Avec France Montagne

Pour la promotion des Pyrénées : participation aux comités éditoriaux sur les actions de communication menées toute l'année en faveur de l'ensemble des massifs.

## Avec la CCI et l'Agence de Développement Économique

- Participation aux manifestations #tourismdays sur la stratégie webmarketing.
- Participation à la campagne de communication menée pour soutenir le lancement du site POcket.fr



## Détails de la publication photo

Publié le 09/06/2021 09:54



pyreneesorientales\_tourisme Les pieds dans l'eau, entre criques et vignes, châteaux et forteresses... vivez des vacances inoubliables en Pays catalan

📍 Réservez ici 📄 reservation.pocket.fr

📄 Informations 🌐 www.tourisme-pyreneesorientales.com

👤 @flog3008 🙌 Un grand merci pour le partage de votre magnifique photo très inspirante 🙌

#iyalecillesoleilletlamer

#visitpo #toutestici #onnestpasbienlà ? #cotillure

#absolutedcolloure #colloure

#payscatalan

#wauuh #quecestbeau

#absolutedcolloure #colloure #payscatalan #vacances2021 #... Plus

9 juin 2021

### Interactions

83

Actions réalisées à partir de cette publication

Visites de profil 83

### Découverte

27 642

Comptes touchés

5% n'étaient pas abonnés à votre profil

Abonnements 20

Couverture 27 642

Impressions 30 151

Depuis explorer 14 299

Depuis l'accueil 10 116

Depuis les hashtags 4 031

Autre 1 715

## Avec le Département

Recherche et envoi de photos issues de notre team multimédia.

## Avec l'aéroport de Perpignan

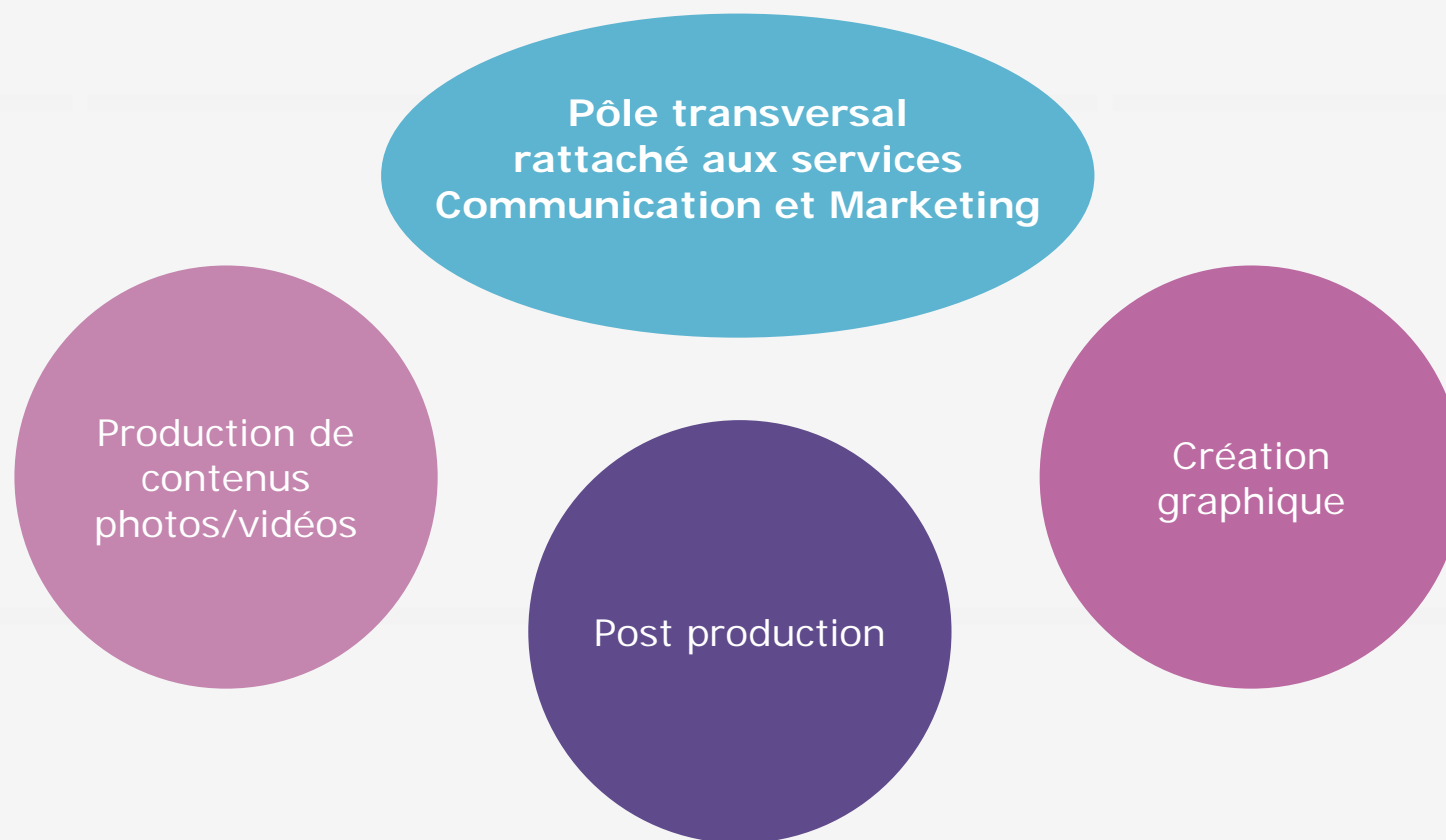
- Campagnes digitales en soutien des lignes Brest, Strasbourg, Nantes, Lille.
- Travail sur contenus textes et photos pour sites web et réseaux sociaux aéroport de Perpignan et Ryanair.

## Avec la Fédération de l'Hôtellerie de Plein Air

Participation à la campagne régionale Résonance : actions en soutien des campings (création de contenus pour promotion sur les réseaux sociaux).

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

Création de contenus, post-production, création graphique : une équipe transversale « dédiée », pour nous permettre d'acquérir une autonomie en production multimédia et de gagner en réactivité.

## Production de contenus

Nous réalisons des interviews et des reportages (photos et vidéos) 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.

## Post-production

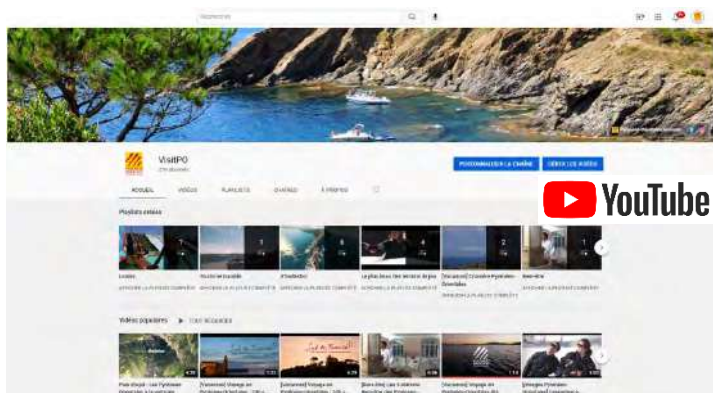
Nous assurons la post-production de nos contenus audio-visuels pour alimenter nos outils digitaux : blog, sites grand public et pro, réseaux sociaux.

## 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 et newsletters.

## Chaîne YouTube

Nous enrichissons et animons notre chaîne YouTube.







Crédits photos : ©Lovelivetravel, ©Qorz, ©ADT66

## 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) - [visitpo.fr](http://visitpo.fr)