

## Dossier technique

# Campagnes de saison « Multicanal »

**Hérault Tourisme a développé une ingénierie « multi supports » dans le cadre des campagnes « Noël au balcon », « Vos jardins d'hiver » en 2023 et « L'Hérault, le vrai pays des sports *divers* » en 2024. Une expérience qui a été riche en leçons et apprentissages.**

- ✓ **Elle a, au bilan, montré toute son efficacité: 180 000 clics générés, 6.5 M de vues de vidéos.**
- ✓ **Elle est désormais proposée à nos destinations partenaires.**

En complément des leviers de diffusion traditionnels (réseaux sociaux, e-news...), le dispositif « Multicanal » nous donne accès à des outils innovants tels que la programmation vidéo, l'IPTV, la TV segmentée... Et de cibler un volume de prospects conséquents...

Hérault Tourisme se propose de vous accompagner dans le déploiement de cette campagne sur tous les champs de sa construction: montage des supports vidéo, conseils sur les leviers de diffusion et suivi des résultats.

- ✓ **Nous vous proposons 2 mois de campagne (avec la possibilité de séquencer vos campagnes en 2 mois distincts à des périodes différentes de l'année) et vous préconisons de « saisonnaliser » votre communication.**

### ***Des leviers innovants pour atteindre de nouveaux publics :***

#### **1. La programmation vidéo : notoriété de votre destination et gestion de trafic.**

Ce levier très efficace vous permet de scénariser votre destination, d'assurer une présence sur les sites web des médias affinitaires (une

centaine de sites web dont ceux du Figaro, le Monde, National Géographique, l'Equipe...) correspondant à vos cibles et de générer du trafic sur votre site.

- **Format d'affichage** : bannières en display sous forme de vidéos de 30 secondes.
- **Impératif** : disposer de contenus vidéos pour créer un ou plusieurs montages de 30 secondes et développer une page sur votre site web (landing page ou expérience) en mesure de recevoir les flux de visites et répondre aux attentes des visiteurs. Ex. : <https://www.herault-tourisme.com/fr/decouvrir/culture-et-patrimoine/au-fil-des-saisons/que-faire-en-hiver/>
- **Résultats et coûts estimatifs attendus** : 2,5 € / CPM – 1 M de vues pour 4 000 € d'investissement – 0,8 € / clic.
- **Exemple d'affichage** : <C:\Users\d.queffelec\Desktop\Opérations 2024\Campagne hiver\Vidéos\Film 1.mp4>



## 2. La TV segmentée et l'IPTV (catch up – « Internet Protocole Télévision ») :

La publicité TV segmentée est diffusée sur les écrans des téléspectateurs utilisant une box internet pour regarder leurs programmes TV.

Elle permet d'adresser des contenus publicitaires personnalisés sur différentes chaînes de télévision en local, et de cibler précisément le profil des téléspectateurs.

Le catch-up ou IPTV permet de toucher une audience quand cette dernière « regarde » ses émissions en replay sur ordinateur, mobile...

Ces leviers très innovants et en pleine évolution dans le milieu de la publicité TV garantissent une excellente visibilité pour votre destination et vous permettent un accès aux chaînes nationales à un coût très accessible.

- **Format d'affichage** : format spot TV de 30 secondes (le même que pour la programmation vidéo). La validation de votre spot auprès de l'Arcom est assurée par notre agence.
- **Diffusion** : en priorité sur France TV, mais également TF1, M6, Canal +...
- **Résultats et coûts estimatifs** : 35 € / CPM – Soit 120 000 vues environ pour 4 000 € d'investissement.

### 3. Pinterest : 17 M d'utilisateurs mensuels en France

Pinterest est le levier de recherche d'inspiration par excellence. C'est l'un des premiers leviers utilisés par notre cœur de cible, les femmes et notamment les mères de familles. C'est un des leviers principaux de recherche de destinations de vacances.

Cet outil permet non seulement de toucher une audience très qualifiée et de générer du trafic sur votre site web et renforcer la visibilité de votre destination.

- **Format d'affichage** : carrousel, statique ou vidéo. Il vous suffit de communiquer une vingtaine de visuels. Si vous ne disposez pas de compte Pinterest, notre agence peut gérer un compte provisoire en votre nom pendant la durée de la campagne.
- **Diffusion** : campagnes sponsorisées selon vos ciblage.
- **Résultats et coûts estimatifs** : 2,5 € / CPM – 0,25 € / CPC. Soit 8000 clics générés pour 2 000 € d'investissement et une audience de 800 000 personnes.

#### **Cibles :**

Vous décidez pour chacun des leviers de diffusion vos propres cibles de clientèles.

*Nous préconisons de prioriser les régions Occitanie, PACA, Rhône-Alpes / Auvergne, Paris-Ile-de-France, Haut de France, Alsace et les profils de clientèles suivants :*

- Les femmes,

- Les familles,
- Les supports « life style » et art de vivre...
- Les pratiquants d'activités de loisirs nature et nautiques...

### **Suivi opérationnel et technique :**

L'agence Klox avec qui nous collaborons depuis 2 ans va monitorer les campagnes en fonction de vos cibles et régions de diffusion.

Vous disposerez d'un backoffice mis à jour toutes les semaines pour suivre l'avancée des campagnes et ses résultats selon les différents types de leviers de communication. Klox peut également nous communiquer les profils des audiences et leurs comportements.

Ce suivi vous permet de réorienter les budgets pour chacun des leviers en fonction des résultats.

- ✓ Hérault Tourisme vous accompagne et prend en charge les montages techniques de vos vidéos (2 vidéos pour un mois de campagne).

**Le coût de diffusion de votre campagne est estimé à 12 000 € TTC (prise en charge de 3 000 € d'Hérault Tourisme).**

**Nous vous proposons la ventilation budgétaire suivante :**

<b>Leviers</b>	<b>Budget TTC</b>	<b>Estimatif CPM</b>	<b>Estimatif CPC</b>	<b>Estimatif vues ou clics</b>
<b>Programmation vidéo</b>	7 200 €	2,5 €	0,8 €	2,8 M vues 9 000 clics
<b>TV segmentée / IPTV</b>	2 400 €	35 €		68 500 vues
<b>Pinterest</b>	2 400 €	2,5 €	0,25 €	960 000 vues 9 600 clics
<b>TOTAL</b>	<b>12 000 €</b>	<b>3,1 €</b>	<b>0,64 €</b>	<b>3.8 M vues 18 600 clics</b>

## ELEMENTS TECHNIQUES

### Vos dates / périodes de campagne (2 mois d'affilée ou distincts):

- Période 1 : du \_\_\_\_\_ au \_\_\_\_\_
- Période 2 : du \_\_\_\_\_ au \_\_\_\_\_

### Les leviers de diffusion :

#### 1 – Programmatique vidéo :

- Déploiement de vidéos de 30 secondes sur des médias affinitaires ([liste des sites partenaires](#)).
- Vous disposez de 4 vidéos qui tourneront tous les 15 jours sur les différents sites.
- Ces vidéos seront montées par Aléthéia à partir des rushes des vidéos tournées sur vos territoires.
- Quelques exemples de réalisation (campagne d'hiver) :
  - Campagne hiver 1 : <https://www.youtube.com/watch?v=a11yRZ26bYc>
  - Campagne hiver 4 : <https://www.youtube.com/watch?v=-WvtKcivx-U>
  - Campagne hiver 2023 : <https://www.youtube.com/watch?v=jYiluTkOZP4>
  - Campagne printemps 2023 : <https://www.youtube.com/watch?v=jkeLWa5WIAk>
- Vous disposerez également de 8 mini-films de 15 secondes au format portrait pour vos utilisations « reels » et « story » sur vos réseaux sociaux.

Précisez votre ou vos liens de redirection : \_\_\_\_\_

Pour mieux cibler les diffusions de vos vidéos, merci de nous communiquer vos cibles prioritaires (familles, pratiquants d'activités de pleine nature, patrimoine-culture, life style...) : \_\_\_\_\_

Vos régions de diffusion prioritaires : \_\_\_\_\_

#### 2 – TV Segmentée et IPTV :

- Même principe que pour la programmatique vidéo : vous bénéficiez de 2 vidéos de 30 secondes (un mois de diffusion chacune) qui seront diffusées en TV segmentée (via les box internet) de France TV, TF1, M6... Et en IPTV (replay) sur les sites web des chaînes nationales.
- Notre agence se charge du montage des dossiers auprès de l'Arcom.

Si différents de la programmatique vidéo, précisez vos ciblage et régions de diffusions prioritaires : \_\_\_\_\_

#### 2 – Pinterest :

- Merci de nous communiquer une vingtaine de visuels par période de campagne.
- Si vous n'avez pas de compte « Pinterest », merci d'en créer un. Notre agence se rapprochera de vous pour monitorer le dispositif au nom de votre structure.

