

Propositions d'actions partenariales

*Scénariser, produire des récits, proposer un corpus d' « expertises » afin de définir les leviers de diffusion les mieux adaptés, autant de coopérations initiées en 2022 qui se poursuivent dans l'esprit du nouveau « **Schéma Départemental pour un Tourisme Durable et Responsable** ».*

Les équipes d'Hérault Tourisme sont à vos côtés dans cette approche; disponibles et à votre écoute dans le cadre :

- *d'une mise en œuvre d'une stratégie partenariale de production de contenus 4 saisons,*
- *d'une co-production à même de répondre à l'objectif d'une médiathèque la plus riche possible: vidéos, photos, podcasts, contenus rédactionnels...*
- *d'une priorisation des marchés: quelle proximité, quels bassins en France, quelles cibles en Europe,*
- *d'une mutualisation des moyens techniques et budgétaires et son corolaire de mise à disposition des outils les plus adaptés à la diffusion des contenus co-produits.*

Contenus éditoriaux:

Production de vidéos, photos, réalisation de spots radio, podcasts, assistance rédactionnelle...

Diffusion:

GRC, E-mailings marketing, réseaux sociaux, campagnes sponsorisées, IPTV / TV segmentée, accueils presse & influenceurs, campagnes radio, communication on line...

Co-production de vidéos :

Vidéos « séduction » de 1.30 / 2 mn.

- ✓ Dispositif préconisé : mise en scène de profils de clientèles définis en croisant thématiques et destinations.
- ✓ Possibilité de faire évoluer ces préconisations dans le respect des temps et moyens de tournage (1 journée par vidéo).
- ✓ Vidéos « immersives » : co-production d'images (drône).
- ✓ Mise au format de ces vidéos pour une durée de 15 secondes au format portrait (utilisation reels et stories, Tik tok...)
- ✓ Bénéfice des droits de propriété et de diffusion pour les partenaires.



[Voir la vidéo](#)



[Voir la vidéo](#)



[Voir la vidéo](#)

⇒ **Bilan 2023 : 15 vidéos co-produites – 20 jours de tournages – Plus de 150 000 vues via les leviers de diffusion (news, réseaux sociaux, contenus sites web...)**

Co-production de reportages photos :

- ✓ Réalisés par un photographe professionnel.
- ✓ Mise en avant des profils de clients types (familles, couples, groupes d'amis...).
- ✓ Partage des droits, pas de limite d'utilisation dans le temps.



⇒ **Bilan 2023 : 15 journées de tournage, 1 000 clichés produits.**

Co-production rédactionnelles

- ✓ Rédaction d'une page « expérience » ou « reportage » selon la thématique souhaitée et le(s) profils de clientèles ciblées.
- ✓ Ces pages sont hébergées sur Hérault Tourisme.com (et après adaptation sur les sites web des partenaires), et bénéficient de canaux de diffusion (articles dans e-news et réseaux sociaux).



[Consulter la page](#)



[Consulter la page](#)

⇒ **Bilan 2023 : 30 expériences et reportages co-produits: 40 000 visites générées grâce aux leviers de diffusion (news, réseaux sociaux...)**



Co-production de podcasts:

Voyager à travers le son, susciter l'émotion, offrir une expérience immersive... En plein essor dans le secteur du Tourisme, le podcast ouvre de nouveaux champs.

Quelques exemples de réalisations :

- ❖ L'Oenotour de l'Hérault: Minervois, Saint Chinian, Faugères, et Haut Languedoc: <https://www.terredevins.com/actualites/loenotour-de-lherault-cest-lemotion-3>
- ❖ Languedoc Cœur d'Hérault, un territoire d'exception: <https://www.terredevins.com/actualites/loenotour-de-lherault-cest-lemotion-2>
- ❖ Béziers, canal du Midi Méditerranée, la vigne en héritage: <https://www.terredevins.com/actualites/loenotour-de-lherault-cest-lemotion>

⇒ **Bilan 2023 : 8 podcasts enregistrés.**

COMMUNICATION EN LIGNE / GRC

Acquisition et qualification de prospects (Bassin de vie et France):

- ✓ Création et diffusion à l'année de contenus éditoriaux sur mini-site dédié (près de 500 000 visites / an).
- ✓ 12 mois de campagne (mars à mars):
 - * **Bassin de vie**: mise à jour des contenus tous les 4 mois: chaque partenaire bénéficie de 3 contenus thématiques par période. Soit 9 contenus / an.
 - * **France**: mise à jour des contenus 2 fois par an.
- ✓ Déploiement du dispositif via les réseaux sociaux (une centaine de campagnes sponsorisées par an) pour acquérir de nouveaux prospects et démultiplier la visibilité.



Prendre son temps pour découvrir de nouveaux territoires, de nouveaux paysages, sillonner la nature en toute tranquillité et en toute sécurité, soyez les bienvenus sur la **Vélocitatie** ! Ce nouvel itinéraire cyclable relie le **canal du Midi** et les paysages du **Parc naturel régional du Haut-Languedoc** (vignes, falaises, forêts, rivières, prairies...) en passant par le **vignoble des Avant-Monts**. De grands noms vous attendent, comme Faugères, Saint Chinian ou Cotes de Thongue. Une jolie manière de joindre le sport à la dégustation. Soyez attentifs aux petits plaisirs simples à partager en chemin

Voir la campagne



Tentez votre chance !

L'Hérault vous offre vos loisirs : chèques cadeau, ateliers de dégustation, coffrets gourmands, moments de bien-être...
Chaque trimestre, de nombreuses dotations sont mises en jeu.

⇒ **Bilan 2023 : près de 500 000 visites sur les pages des destinations partenaires, 30 000 nouveaux prospects acquis**

Newsletter Grand Orb FR – 05/09/23
 La rentrée est de sortie en Haut Languedoc !

E-news dédiées à chaque destination: (marchés Bassin de vie et France)

- ✓ Les news « bassin de vie » sont adressées à environ 20 000 prospects « hyper qualifiés » de la base de données partagée.
- ✓ Entre 200 et 300 000 prospects pour les envois sur la France: fichiers partagés et externes
- ✓ Chaque partenaire définit le nombre de news dédiées à sa destination (jusqu'à 3 par an).

Hérault Tourisme vous accompagne dans la réalisation des contenus et met à votre disposition notre routeur.



⇒ Bilan 2023: 80 e-news adressées, 8,5 Millions de destinataires – 1,8 Million d’ouvertures – près de 200000 clics générés sur les contenus des destinations.

RESEAUX SOCIAUX – COMMUNICATION EN LIGNE

Campagnes sponsorisées (Facebook, Instagram, Réseaux Network... (marchés Bassin de vie, France, Europe):

- ✓ Ciblage des clients : centres d'intérêt / origines géographiques.
- ✓ Budget modulable selon objectifs : notoriété et visibilité (vidéos), trafic sur sites web, conversions (acquisition de fans).
- ✓ Chaque destination définit son budget par campagne et ses objectifs.
- ✓ Les campagnes renvoient vers vos contenus et votre page de destination.
- ✓ Toutes les campagnes sont réalisées en votre nom.

Tentez de remporter votre séjour en vallée de l'Hérault

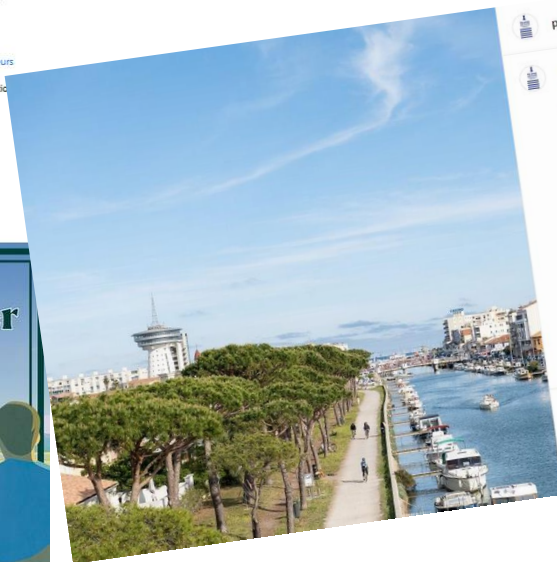
🎁 **JEU CONCOURS** 🎁
Gagnez votre séjour diablement féérique en Vallée de l'Hérault !
A l'occasion des festivités de Noël, l'Office de Tourisme fait gagner un séjour pour deux personnes avec un programme féérique pour vivre pleinement la magie de Noël :

- 👉 Visite et dégustation de vins au cœur du terroir d'Aniane au Mas de la Seranne
- 👉 Déjeuner au Bistro des Terrasses à Aniane
- 👉 Visite aux **@Fées** De Noël D'aniane
- 👉 Découverte du parcours lumineux inédit au cœur de l'ancienne Abbaye d'Aniane Lueurs d'hiver
- 👉 Nuit au cœur du domaine oléicole **Moulin Du Mas Palat**. Visite du moulin et dégustation produits
- 👉 Expérience culinaire avec le déjeuner dans le restaurant **SouKa**

Pour participer, il suffit de :
👉 Liker la page de l'Office de Tourisme
👉 Liker la publication
👉 Commenter la publication en identifiant deux amis

Jeu concours du 6 novembre au 3 décembre inclus.
Tirage au sort le 4 décembre.
Pour en savoir plus : <https://www.saintguilhem-valleeherault.fr/53@64>
Bonne chance à tous !

384 282 commentaires 35 partages



palavastourisme • Suivre

palavastourisme Un autre week-end à Palavas-les-Flots Le programme des vacances Toussaint est sorti !
29 octobre · 3 sem

Les musées du Grand Pic Saint-Loup vous offrent une fenêtre sur les arts et l'histoire du territoire.

1 J'aime
18 OCTOBRE
Connectez-vous

GRANDPICSAINLOUP-TOURISME.FR
Musées et cultures - Office de Tourisme du Grand Pic Saint-Loup
Découvrez tous les musées et les activités de culture en Pic Saint-Loup, pour un...

En savoir plus

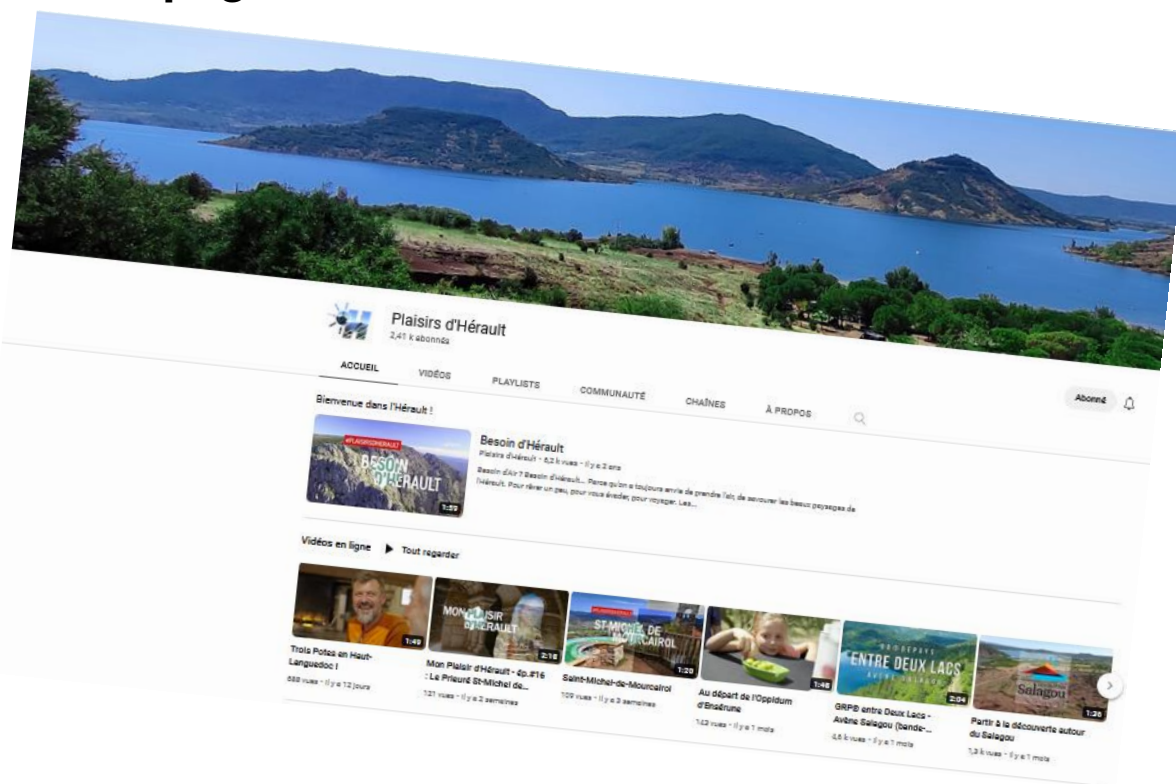
⇒ **Bilan 2023 : une centaine de campagnes partenariales : 3,5 Millions de personnes touchées – 120 000 clics générés sur les sites des partenaires – 150 000 vues de vidéos.**

Campagnes sponsorisées Youtube:

Sur le même modèle que les campagnes sponsorisées Facebook, Instagram...

Hérault Tourisme vous propose de sponsoriser nos vidéos partenariales.

Vous définissez votre budget, vos cibles de clientèles et les Zones de diffusion.



MEDIA ON LINE

Campagne media « on line » - Mix marketing (Bassin de vie et France):

« Campagne de saison » sur le même modèle que la campagne de destination « l'Hérault, le vrai pays des sports divers ».

✓ Dispositif mix marketing:

- * **Display et programmation vidéo** : diffusion de votre message sous forme de visuels ou vidéo de 30'' sur les médias affinitaires avec vos ciblage (Le Monde, l'Equipe, Vinted, Capital, Allociné...)
- * **TiKTok** : diffusion de 5 vidéos de 15'' au format portrait.
- * **TV segmentée** : diffusion de vos vidéos (15 à 30'') via les box internet (TF1, France TV, Canal +, M6...).
- * **Spot audio** : diffusion au format « podcast » ou « spot radio » selon vos ciblage et typologies d'audience (NRJ, Europe 1, France Info...).
- * **Pinterest** : multi affichage (carrousel, statique ou vidéo) selon vos profils de clientèles.

Hérault Tourisme prend en charge les adaptations et mises en format des supports vidéos et vous accompagne dans le déroulé des campagnes avec l'agence média.

CAMPGAGNES RADIO

France Bleu Hérault/ RTS (Montpellier, Sète, Nîmes) / Toulouse FM / RFM et Virgin Radio (Montpellier et Lyon):

France Bleu Hérault : clientèles locales « juniors » et séniors) : 71 000 auditeurs par jour.

Toulouse FM : radio locale leader sur le marché toulousain : 60 000 auditeurs / jour. Age moyen des auditeurs : 37 ans.

Radio RTS : 150 000 auditeurs hebdomadaires sur le Gard et l'Hérault, audience majoritaire : 35-49 ans.

Virgin Radio et RFM Montpellier / Hérault et Lyon : Montpellier / Hérault : 342 000 auditeurs / sem. Age moyen des auditeurs RFM : 49 ans (50% des auditeurs ont plus de 50 ans). Virgin : âge moyen 39 ans (66% des auditeurs ont entre 30 et 40 ans). Lyon : 195 000 auditeurs / sem.: 386 000 auditeurs / sem. RFM 46% des auditeurs ont plus de 50 ans. Virgin : âge moyen 39 ans (75% des auditeurs ont entre 30 et 40 ans).

Hérault Tourisme planifie, coordonne et réalise les spots pour le compte de chaque partenaire.



⇒ Bilan 2023 : 38 semaines de diffusion – une quarantaine de spots réalisés – Plus de 40 Millions de personnes touchées.

ACCUEILS PRESSE & INFLUENCEURS

EVENEMENTIELS

Accueils presse / influenceurs

- ✓ **Valoriser ensemble nos destinations via les demandes et l'accueil de journalistes et influenceurs...**
- ✓ **Possibilité de partenariat avec des blogueurs sur des thématiques spécifiques.**
- ✓ **Analyse des possibilités et opportunités de communication publi-rédactionnelles (cf Magazine Balades et Géo en 2023).**

Evènementiels - Salons

- ✓ **Organisation de rencontres avec les blogueurs et influenceurs (format évènementiels)**
- ✓ **What a Trip Montpellier – Septembre**

PLAN D'ACTION PREVISIONNEL 2024

A retourner à David Queffelec (dqueffelec@herault-tourisme.com) avant le 20 décembre 2023

PRODUCTIONS ET DIFFUSIONS DIGITALES	MARCHES	OBJECTIFS & ACTIONS	NOUS SOUHAITONS RECEVOIR LE DOSSIER TECHNIQUE
CO-PRODUCTIONS DE CONTENUS	BASSIN DE VIE FRANCE EUROPE	<p>Co-production de vidéos :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vidéos « séduction » de 1.30 / 2 mn : nous préconisons la mise en scène de profils de clientèles définis en croisant thématiques et destinations. MAIS possibilité de les adapter selon les attentes dans le respect des temps et moyens de tournage (1 journée). - Mise au format de ces vidéos pour une durée de 15 secondes au format portrait (utilisation reels et stories, TikTok...) - Ces vidéos étant co-produites par les partenaires et Hérault Tourisme, vous bénéficiez des droits de propriété et de diffusion. - Vidéos « immersives » : co-production d'images (drone). 	<input type="checkbox"/>
		<p>Co-production de reportages photos :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ces reportages sont réalisés par des photographes professionnels (choix parmi un panel de 3-4 professionnels sélectionnés). - Ces reportages mettent en avant des profils de clients types (familles, couples, groupes d'amis...) et croisent thématiques, ambiances, personas. - 100 clichés par journée de tournage, les droits sont partagés, pas de limite d'utilisation dans le temps. 	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
		<p>Co-production de podcasts : Voyager à travers le son, susciter l'émotion, offrir une expérience immersive... Tels sont nos objectifs de co-production à travers plusieurs séries de podcasts.</p>	<input type="checkbox"/>
		<p>Co-production rédactionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédaction d'une page « expérience » ou « reportage » selon la thématique souhaitée et le(s) profils de clientèles ciblées. - Ces pages sont hébergées sur Hérault Tourisme.com (et après adaptation sur les sites web respectifs des partenaires), et bénéficient de canaux de diffusion (articles dans e-news et réseaux sociaux). 	<input type="checkbox"/>

GESTION RELATION CLIENT	BASSIN DE VIE (Hérault – Gard- Bouches du Rhône – Aveyron – Tarn – Aude – Haute Garonne)	<p>Acquisition et qualification de prospects via une campagne on line :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création et diffusion à l'année de contenus éditoriaux sur mini-site dédié (350 000 visites / an). - 12 mois de campagne (mars à mars) avec mise à jour des contenus tous les 4 mois : chaque partenaire bénéficie de 3 contenus thématiques par période. Soit 9 contenus / an. - Déploiement du dispositif via les réseaux sociaux (1 campagne sponsorisée par activité) pour acquérir de nouveaux prospects et démultiplier la visibilité. 	<input type="checkbox"/>
		<p>E-news dédiées à votre destination :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vos e-news « bassin de vie » sont adressées à environ 20-25 000 prospects de notre base de données partagée selon vos dates d'envois. - Vous définissez le nombre de news dédiées à votre destination (jusqu'à 3 par an). - Accompagnement dans la réalisation des contenus et mise à disposition du routeur. 	<input type="checkbox"/>
	FRANCE	<p>Le dispositif s'articule autour de 2 campagnes annuelles :</p> <p>1. Acquisition de prospects et valorisation de vos contenus : sur le même modèle que la campagne « bassin de vie » :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toute l'année, vous pouvez mettre en avant une dotation (séjours à gagner) sur une plate forme dédiée mise à jour 2 fois par an. Chacune de vos dotations bénéficient de campagnes sponsorisées. <p>2. E-news dédiées à votre destination :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vos e-news sont adressées à des méga bases « externes » pour démultiplier la visibilité des marques des partenaires (300 000 destinataires par news) et assurer un taux de clics garanti. 	<input type="checkbox"/>
RESEAUX SOCIAUX	BASSIN DE VIE FRANCE EUROPE	<p>Campagnes sponsorisées pour votre destination: Facebook, Instagram, réseau Network... :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ciblage des clients : centres d'intérêt / origines géographiques. - Budget modulable selon objectifs : notoriété et visibilité (vidéos), trafic sur sites web, conversions (acquisition de fans). - Chaque destination définit son budget par campagne et ses objectifs. - Les campagnes renvoient vers vos contenus et votre page de destination. - Toutes les campagnes sont réalisées en votre nom. 	<input type="checkbox"/>
		<p>Campagnes sponsorisées sur Youtube :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ce dispositif intègre uniquement les vidéos co-produites avec Hérault Tourisme. - A l'inverse de Facebook et Instagram, Youtube ne permet pas de modifier le nom de l'annonceur. Ces campagnes sponsorisées se feront au nom de « Plaisirs d'Hérault ». 	<input type="checkbox"/>

Vos propositions complémentaires :

MARCHES	ACTIONS	ESTIMATIF BUDGETAIRE

NOM DE VOTRE STRUCTURE : _____

CONTACT : _____

DAVID QUEFFELEC

Responsable Service Marketing et GRC

+33 (0)4 67 67 71 24



dqueffelec@herault-tourisme.com