



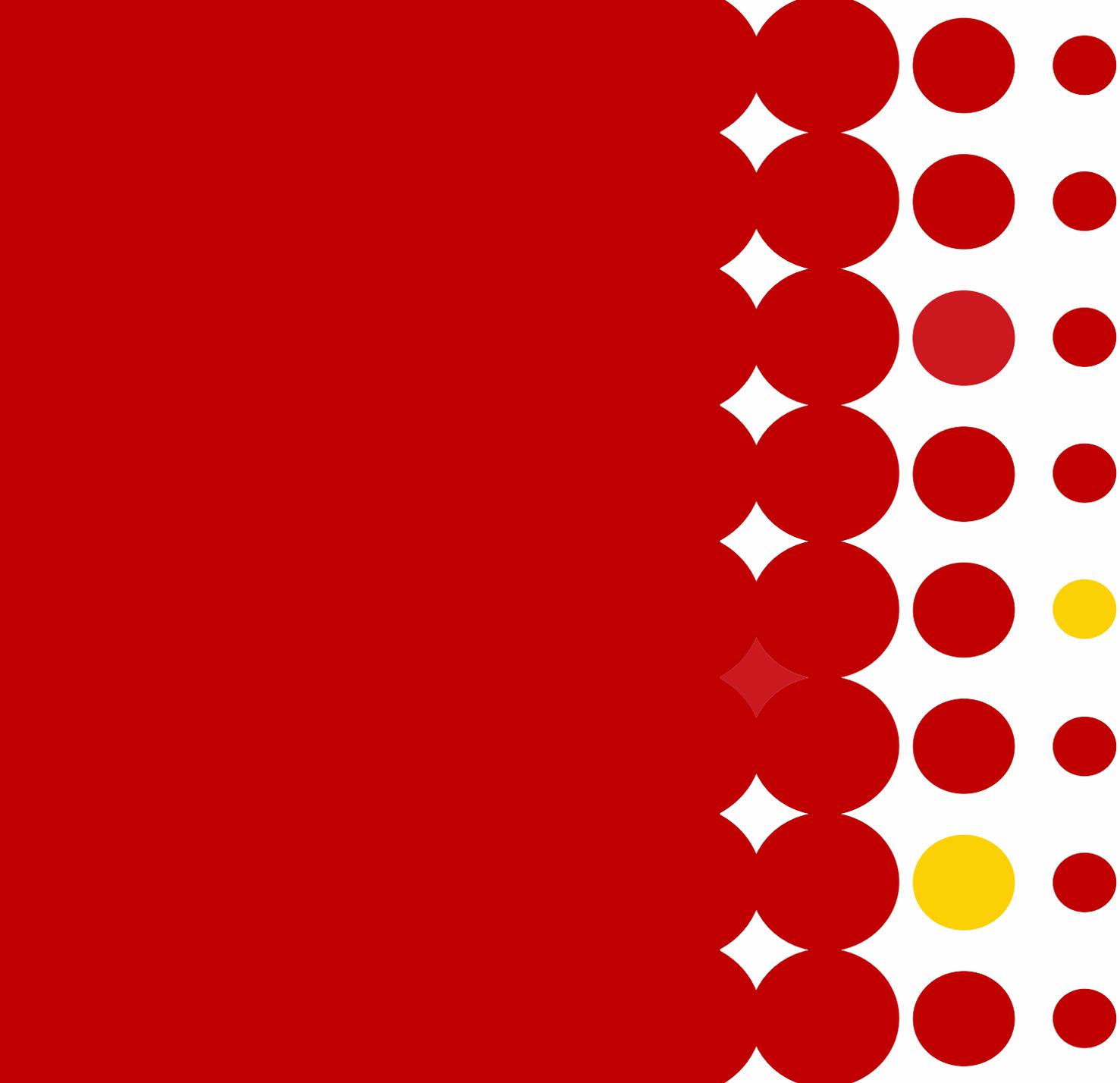
# Contrat de Destination



[cote-mediterranee-in-occitanie.com](http://cote-mediterranee-in-occitanie.com)

## Ordre du jour

1. Bilan des actions France et International 2024
2. Mise en perspective des nouveaux chantiers
3. Validation des orientations générales du plan d'actions 2025
4. Questions diverses



# Budget 2024

# Budgets

**BUDGET TOTAL 2024 :** **372 789 €**

MARCHE EUROPE	270 000
CAMPAGNE EXPLORE FRANCE - Grande-Bretagne	60 000
CAMPAGNE EXPLORE FRANCE - Belgique	60 000
CAMPAGNE EXPLORE FRANCE - Suisse	40 000
CAMPAGNE EXPLORE FRANCE - Espagne	40 000
CAMPAGNE EXPLORE FRANCE - Allemagne	70 000
MARCHE FRANCE	87 627

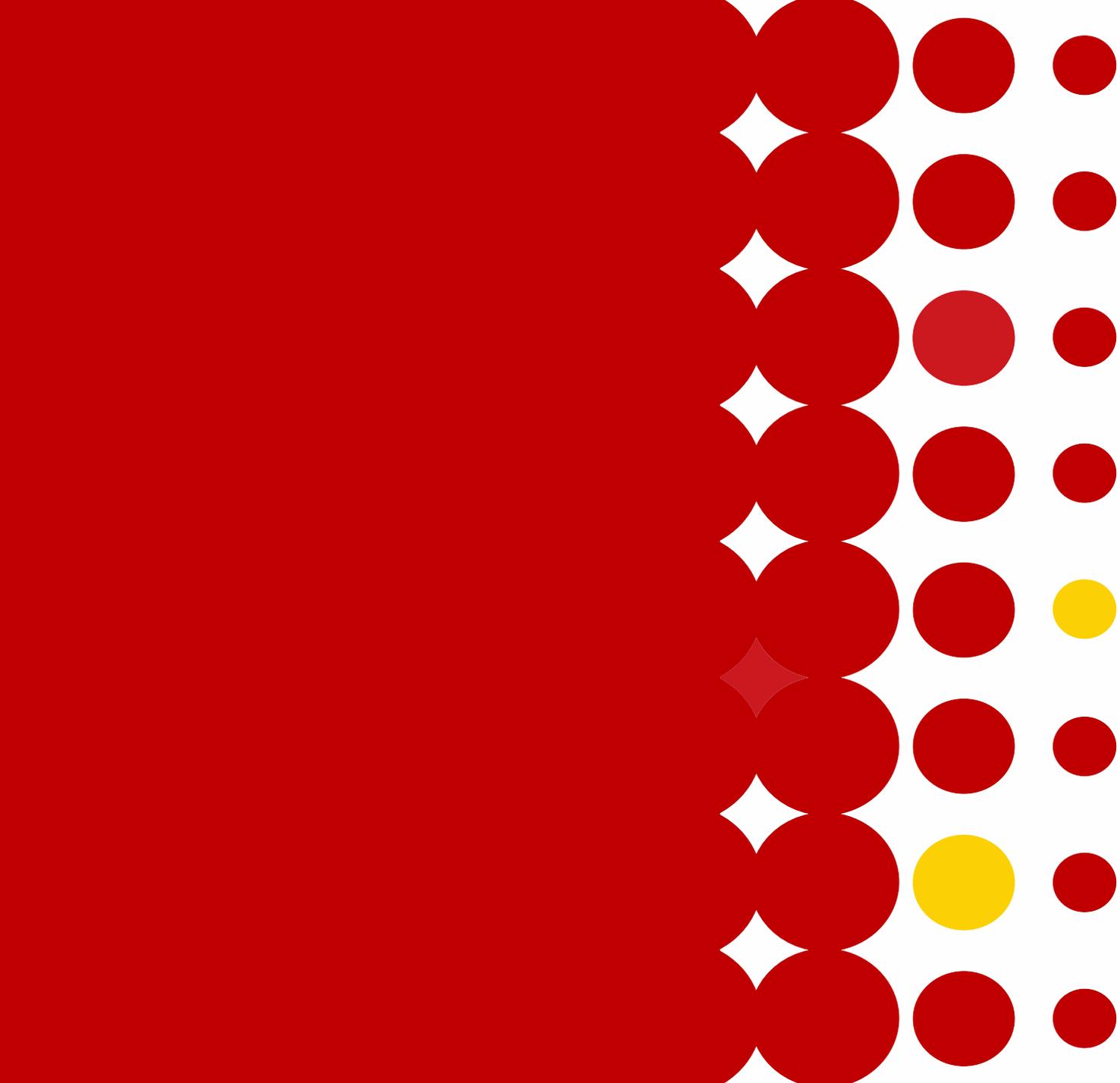
**Solde 2024 à date :** **2 713 €**

**BUDGET TOTAL 2025 à date :**

Sous couvert que tous les partenaires honorent leurs engagements

**325 000 € + reliquat 2024**

CRTL	60 000
ADT 66	16 200
ADT 34	2 500
ADT 30	7 200
ADT 11	10 800
Archipel de Thau Destination	30 000
OT Cap d'Agde Méditerranée	40 000
OT Le Grau du Roi	5 000
OT Carnon-Mauguio	10 000
OT La Grande Motte	10 000
OT Palavas	5 000
OT Béziers	5 000
OT Cote Du Midi	5 000
OT Leucate	5 000
OT Gruissan	5 000
OT La Domitienne (Vendres)	3 000
OT Argelès	5 000
SPL Cap 66 Perpignan-Méditerranée	3 000
OT Canet en Roussillon	5 000
OT Le Barcarès	5 000
OT Saint Cyprien	5 000
OT Banyuls	3 000
OT Collioure	3 000
OTI Pyrénées Méditerranée	3 000
OT Aigues Mortes	3 000
PAYS DE L'OR	50 000
Aéroport Béziers	10 000
Aéroport Perpignan	10 000
UVPO	3 000
Ligue de Voile	-
Club Croisières Port Vendres	500
Club Croisières Sète	3 000



# Bilan Plan d'actions France 2024

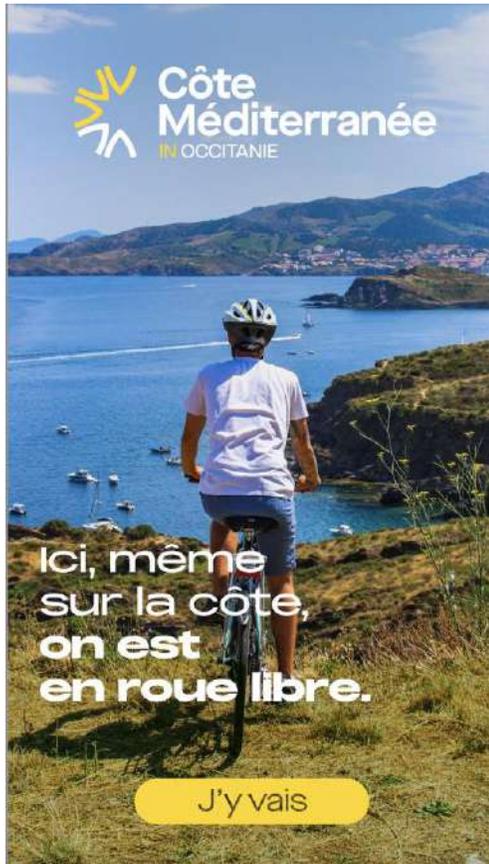
## Campagne globale pour la destination autour des 4 univers

Afin de développer la notoriété et la fréquentation touristique de la Côte Méditerranée in Occitanie, le CRTL a piloté pour le compte des **33 partenaires** du Contrat de Destination, des campagnes digitales et sociales, en 100% notoriété sur les marchés de Grande-Bretagne, Belgique, Allemagne et Suisse, auprès des cibles DINKS et Empty Nesters afin de séduire ces clientèles CSP+ pour les ailes de saison. Pour asseoir la nouvelle marque de destination, une campagne digitale commune a été conduite de mi-avril à mi-juin sur la **France et renforcée par une campagne TV de 15 jours sur le Groupe M6 avec 6 pastilles thématiques Minute Voyage.**

En **Belgique**, les DINK 40-55 ans ont été prioritairement ciblés au travers d'une campagne de notoriété sur les réseaux sociaux. Pour l'**Espagne**, les DINKS 40-55 ans et empty nesters ont été travaillées au travers de campagnes de notoriété, avec dans un 1<sup>er</sup> temps la venue d'un influenceur puis une amplification de ses posts par une campagne digitale. En **Grande-Bretagne**, les DINKS 40-55 ans et empty nesters ont été animés par une campagne vidéo sur les réseaux sociaux et en **Allemagne**, DINKS (40-55 ans) et Famille ont été touchés par une campagne digitale TEADS et réseaux sociaux. Pour la **Suisse romande**, les créations graphiques pour la France ont été utilisées pour toucher les DINKS 40-50 ans principalement pour les faire venir à l'automne.

# Dispositifs France

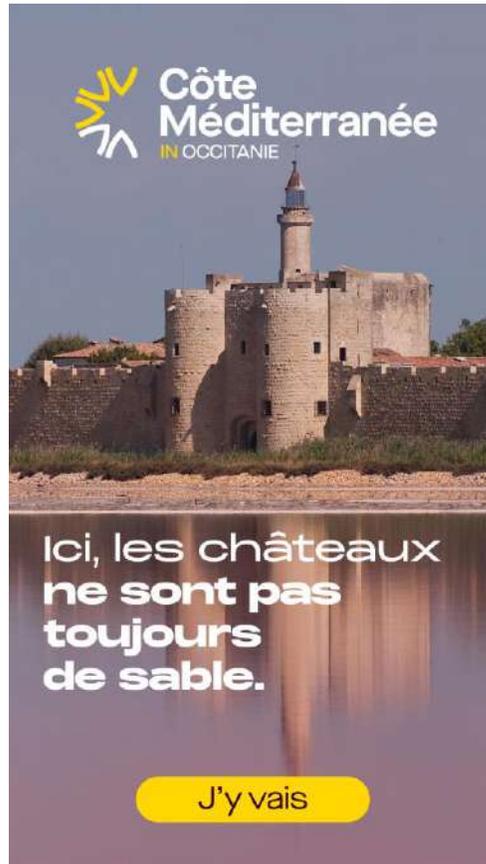
Campagne globale pour la destination autour des 4 univers



  
Côte  
Méditerranée  
IN OCCITANIE

Ici, même  
sur la côte,  
on est  
en roue libre.

J'y vais



  
Côte  
Méditerranée  
IN OCCITANIE

Ici, les châteaux  
ne sont pas  
toujours  
de sable.

J'y vais



  
Côte  
Méditerranée  
IN OCCITANIE

Ici, on voyage  
même quand  
on est à table.

J'y goûte



  
Côte  
Méditerranée  
IN OCCITANIE

Ici, quand on  
prend le soleil,  
on peut aussi  
prendre le vent.

J'y fonce

# Résultats : France

## Résultats globaux tout support confondu :

- 30 986 000 impressions
- 9 123 000 personnes exposées à la destination
- 16 375 clics sur le site Internet Côte Méditerranée

Actions	Date	Dispositifs	Résultats	Budget Net
Youtube	07 mai – 02 juillet	Vidéo pré-roll 1 mois	750 077 impressions 609 821 personnes touchées 418 clics sur un lien - 5,3€ CPM	5 000€ TTC
META	07 mai – 02 juillet	Vidéo + bannières	14 423 018 impressions 4 731 364 personnes touchées 10 967 clics sur un lien - 2,55€ CPM 126 225 vues à 50% ; 32 544 à 100%	14 500€ TTC
Display	07 mai – 02 juillet	Bannières	15 813 388 impressions 3 782 129 personnes touchées 4,990 clics sur un lien - 3,19€ CPM	14 500€ TTC

## Constats : pour META

- Le CPM à 2,55€ est performant (vs 3€ pour certaines autres campagnes).
- Les contenus culturels sont les plus diffusés.
- Pour les autres thématiques (bord de mer vélo/vent, gastronomie) le format photo fonctionne le mieux.

# Résultats (à stabiliser) : France

Accueil d'influenceurs : 4,7 millions d'impression pour les 3 premiers influenceurs ; 393 200 ThruPlays

Actions	Date	Dispositifs	Attendus	Résultats	Budget Net
Accueil Trip In Wild	07 au 09 juin	Opération « Patrimoine : Aigues-Mortes / Grau-du-Roi / Espiguettes »	Réalisation d'une vidéo format Reel (vertical) d'une durée maximale de 30 sec	<a href="#">Réel Trip in wild</a>	 850 € + 739 € d'accueil
Jolies Lueurs	27 – 29 mai	Gastronomie - Étang de Thau + Palavas	Création de contenu et mise en valeur du séjour et des partenaires sur Instagram & Tiktok : 1 vidéo Reel instagram (Crosspost avec @voyageoccitanie ) postée également sur Tiktok / 1 Post photo Instagram ( Caroussel )	<a href="#">Réel Jolies Lueurs</a>	 449 € + 823 € d'accueil
Backpackand saltyhair	31 mai – 02 juin	Randonnée en itinérance - sentier littoral Argeles / Collioure / Port Vendres/ Banyuls	Réalisation d'une vidéo format Reel (vertical) d'une durée maximale de 30 sec	<a href="#">Réel Back pack and saltyhair</a>	 3168 € TTC + 956 € d'accueil
QB Pixels	14 – 16 juin	Mer active	Réalisation d'une vidéo format Reel (vertical) d'une durée maximale de 30 sec	En attente	3160 € TTC + 951 € d'accueil

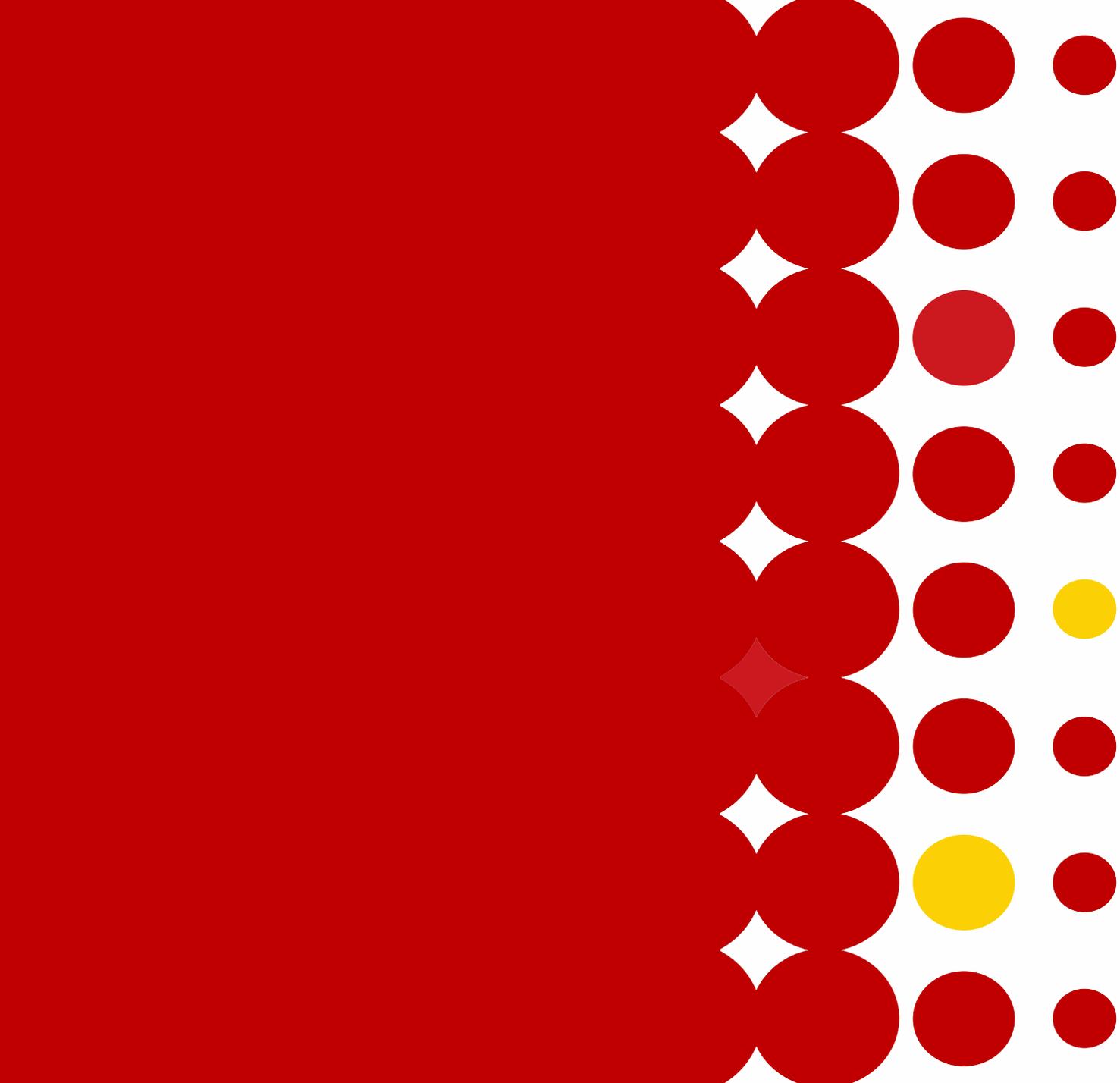
- Plus de 5 400 clics soit un très bons CPC de 0,90€ ce qui prouvent l'intérêt de l'audience ciblée pour le contenu.

# Résultats (à stabiliser) : France

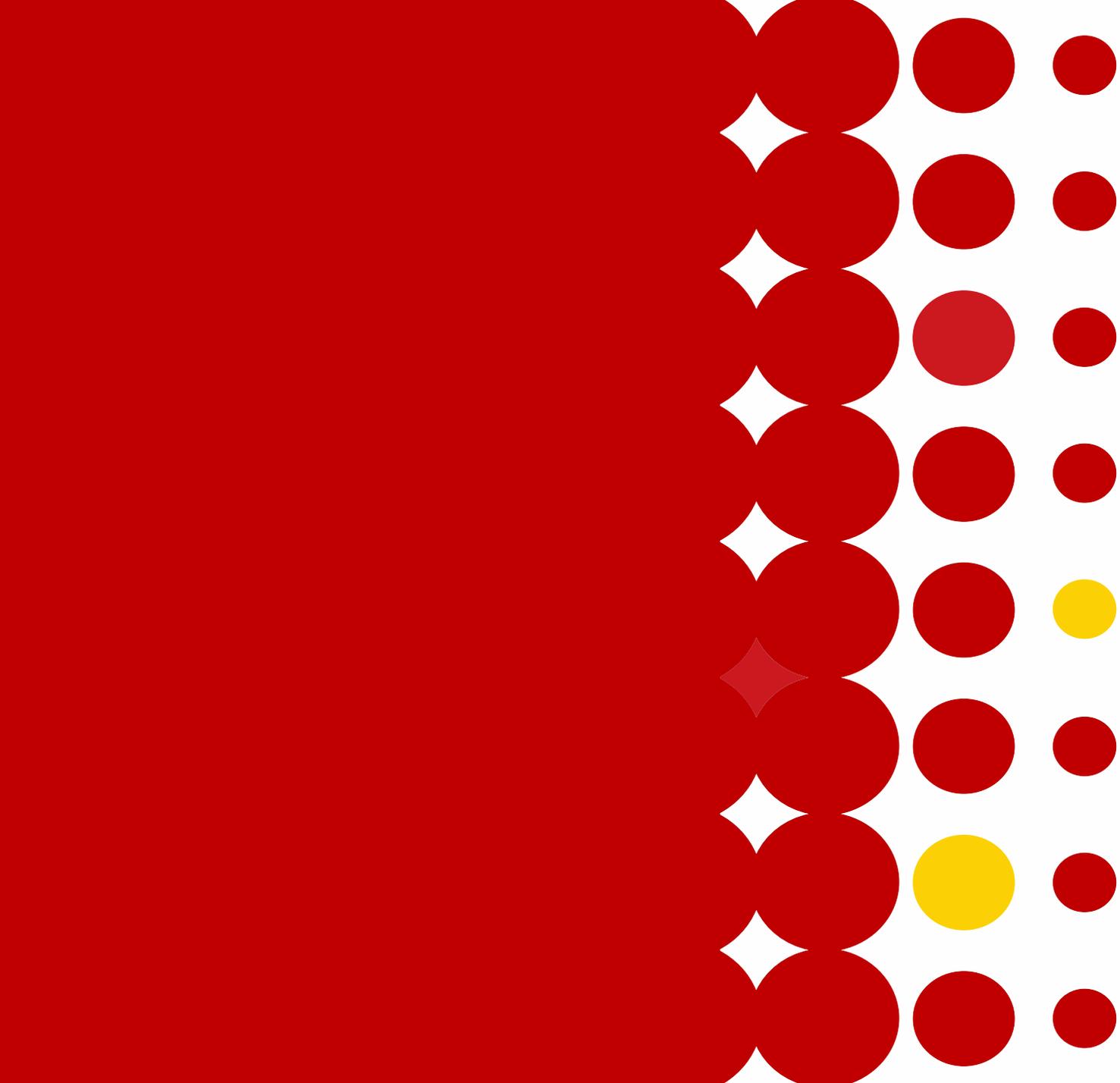
Production de contenu Groupe M6

Actions	Date	Dispositifs	Attendus	Résultats	Budget Net
Minute Voyage	16/09 29/09	Création de contenus originaux + droit de réutilisation des capsules vidéos sur les réseaux sociaux et sites internet partenaires	16 passages TV sur le Groupe M6 sur 2 semaines de diffusion	6 vidéos : <a href="#">Vidéo Générique</a> <a href="#">Vidéo Sports de glisse</a> <a href="#">Vidéo Culture</a> <a href="#">Vidéo Art de vivre</a> <a href="#">Vidéo Vélodyssée</a> <a href="#">Vidéo Kayak + Vignoble</a>	18 000 € TTC

- Plus de 5 minutes de contenu de qualité TV produit ; Contenu décalé et varié
- Illustration des différentes composantes du positionnement
- Renouvellement de contenu réexploitable dans les années à venir
- **Proposition complément budget 2024** : 10 000 € de médiatisation



**Bilan Plan d'actions  
Europe 2024**



# Nouveaux chantiers

# Groupes de travail

Chantiers à suivre

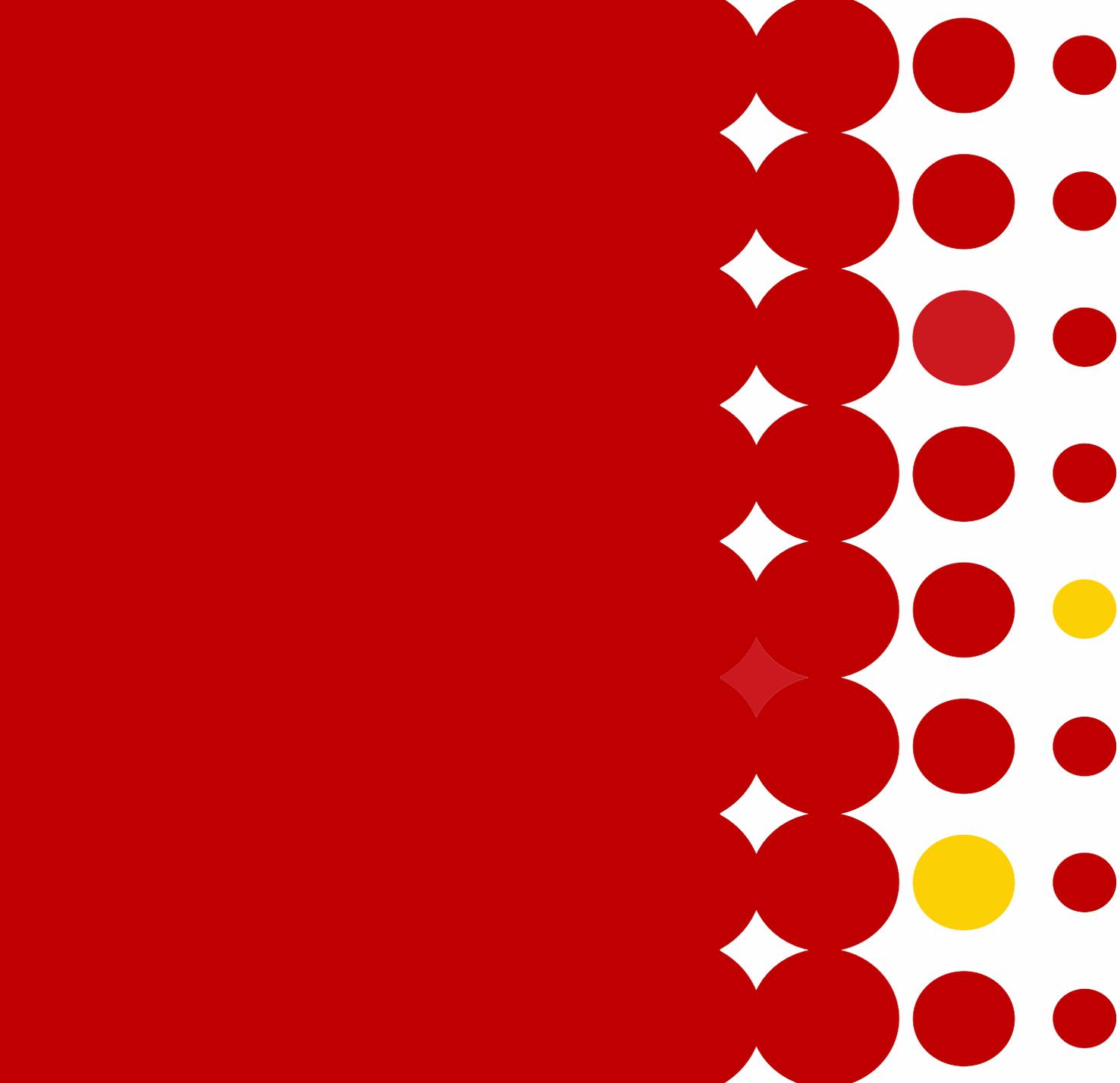
## **Observatoire :**

Point sur le groupement de commande : *La procédure n'a pas pu être engagée techniquement et juridiquement à cette date, et nous n'avons toujours pas tous les retours (formels) des participants potentiels. En parallèle, nous étudions avec G2A un système transitoire qui permette d'assurer la continuité du service pour les territoires.*

## **Marketing de l'offre :**

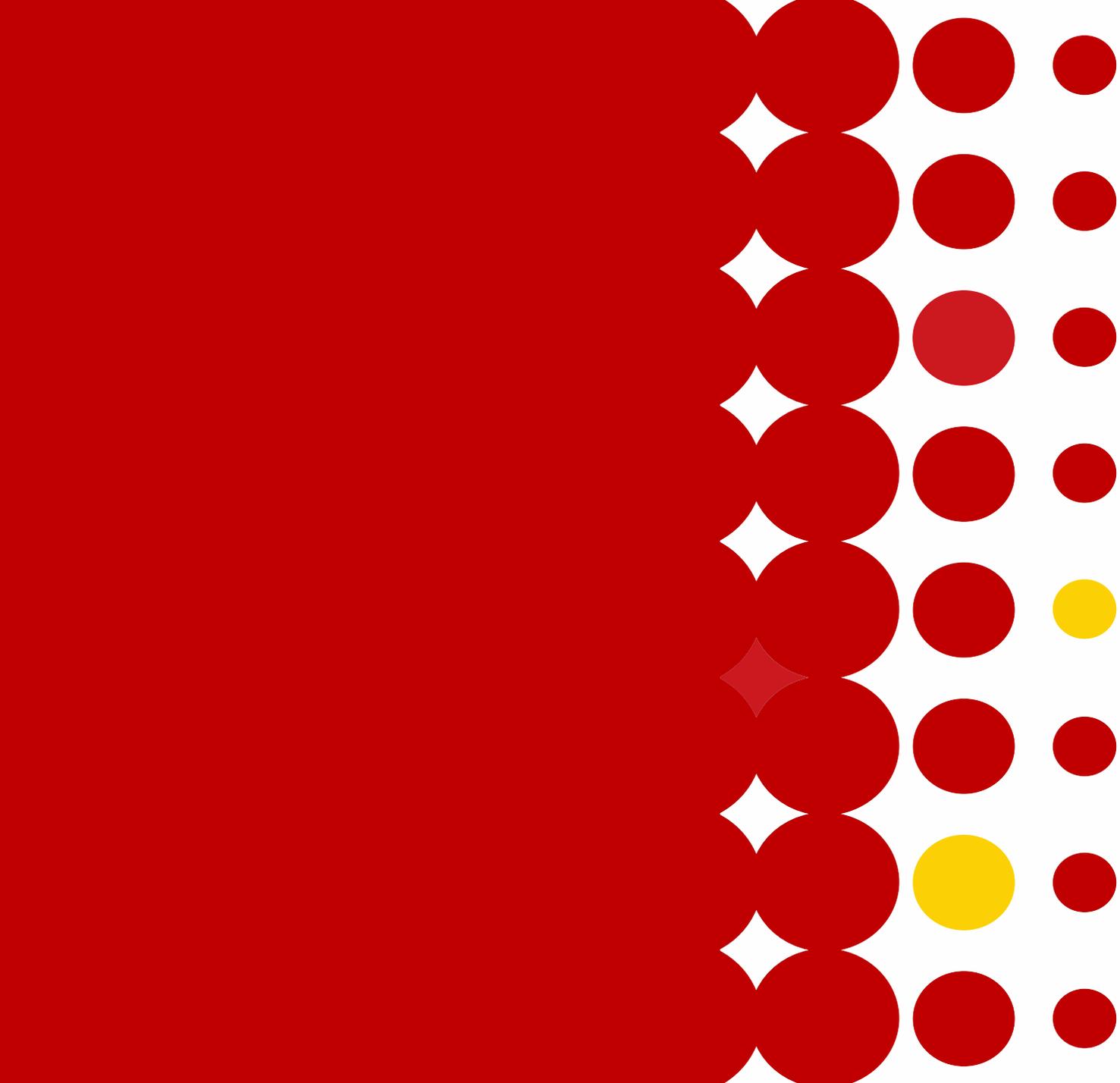
Groupe de travail animé par le service marketing du CRTLO

# Plan d'actions 2025



# Plan d'actions 2025

Pays	Cible	Thématiques	Type	Dates	Budget
France	- L'Amateur de sports / Le Dynamique 25 à 35 ans - La Connectée 34 à 45 ans - Le Petit Budget 25 à 35 ans	Sports  Voyages  - Qualité / prix	Notoriété	Mai - Juin   Juin Septembre	
Allemagne	DINKS (40-55 ans) Famille	Art de vivre, Gastronomie / Vins Patrimoine Méditerranée Rando	Notoriété	16/09 – 13/10	
Belgique	DINKS (40-55 ans)	Art de vivre, Gastronomie / Vins Patrimoine / Rando	Notoriété	17/06 – 30/06 19/08 – 29/09	
Grande-Bretagne	DINKS (40-55 ans) Empty Nesters	Art de vivre, Gastronomie / Vins Patrimoine Rando	Notoriété	26/08 - 22/09	
Espagne	DINKS (40-55 ans) Empty Nesters	Art de vivre, Gastronomie / Vins Patrimoine /Rando	Notoriété	Arrière-saison	
Suisse (romande)	DINKS (40-55 ans)	Art de vivre, Gastronomie / Vins Patrimoine / Rando	Notoriété	30% du 23/05 – 03/07 70% du 22/08 – 31/12	



## Questions diverses



MERCI DE VOTRE ATTENTION



#VoyageOccitanie

[contratdestination@crtoccitanie.fr](mailto:contratdestination@crtoccitanie.fr)