

## COMMERCIALISER

A l'écoute des différents marchés et des tendances clientèles, la production des suggestions " Loisirs, séjours et circuits" se réinvente sans cesse à destination des Individuels et des Groupes. La mise en marché de ces produits s'orchestre de multiples manières, via les sites internet, les newsletters, les rencontres et accueils en BtoB. Et l'accompagnement aux professionnels héraultais reste une priorité pour toujours plus de business.

**Côté « Groupes » :**



### Le portail [www.visit-languedoc.fr](http://www.visit-languedoc.fr) :

- **31.458 visites et 73.457 pages vues**
- **87,80%** des visites viennent du marché France avec :
  - o **Top 5 des régions** : LR, Ile de France, Rhône-Alpes, PACA, Midi-Pyrénées
  - o **Top 5 des villes** : Montpellier, Paris, Béziers, Lyon, Toulouse
- **315 prestataires** héraultais et près de **410 fiches offres consultables**.
- **Rubriques les + consultées** : hébergement, balades en bateau, mas conchylicoles, réceptifs, lieux de séminaire.
- **Autres constats** : 1/ Utilisation importante de la carte interactive 2/ Fort intérêt pour les offres packagées portant sur l'évènementiel (Escale à Sète) et les nouveautés (ex. Château St Pierre de Serjac).

### Communication et prospection

- **9 newsletters** envoyées sur fichier interne de 1.979 prescripteurs français + francophones et/ou 1.297 étrangers soit près de **15 500 messages envoyés**
- **Thèmes** : Vœux, Escale à Sète, Festivals, Loisirs Nature, Oenotourisme, Nouveautés, Savoir Faire
- **23,64%** de taux d'ouverture moyen et **0,58%** de taux de désabonnement.
- **Magazine InfluenceCE** : **1 page rédactionnelle + 1 page de publi-reportage** dans le dossier **Spécial Occitanie** de septembre, édité à 65.000 exemplaires, diffusé auprès de 42.000 CE et durant les salons CE et FranceCE.
- **22 dossiers cotation** devisés en collaboration avec les prestataires pour le compte d'associations, TO, sociétés, autocaristes, écoles, particuliers... pour des séjours à près de **45% en avant saison** et **59% des dossiers traités** concernant des groupes de 10 à 40 personnes.

## Les Opérateurs de Voyages

- **264 professionnels sensibilisés en direct.**
- **6 éducteurs (marchés français, russe, chinois, espagnol...)** avec pour thématiques principales : art de vivre, oenotourisme, patrimoine, luxe, incentive, évènementiel (Escale à Sète et les 350 ans du Canal du Midi).
- **10 workshops** : ID Travel China workshop (Acav) à Paris, Tournée Canada, workshop UNAV à Barcelone, RDV en France à Montpellier, workshop clients Accor à Toulouse, Destination Incentive à Vérargues, Destination Vignobles à Reims, workshop France à Madrid, Marché des Voyages de Groupes à Renaison, Convention Groupes au Pont du Gard.
- Cibles : **Agrément (autocaristes, TO, CE) et Affaires (agences évènementielles, sociétés)**



## La base de données opérateurs

- **1.979 prescripteurs français et francophones qualifiés** (Belgique, Canada, Suisse)
- **1.297 TO étrangers qualifiés**, dont les 3 leaders sont : marchés anglophone, germanophone et hispanophone.
- **537 nouveaux contacts actifs enregistrés** en 2016
- **Principales richesses de la base** : 886 autocaristes français, 947 TO anglophones, 295 entreprises du LR.

## Côté « Individuels » :

### Rubrique « Week-ends et Séjours » :

**173 offres affichées** (46 415 clics) en français dont une **centaine traduites** en langues étrangères et **120 975 pages vues**

**Entre 14 000 et 17 000 clics pour chacune des thématiques suivantes parmi les 19 développées** : Festivals, Charme et insolite, Vacances de Printemps et de la Toussaint, Prix doux. **Globalement, « En Amoureux »** reste le profil majeur, « **Mer et Plages** » l'ambiance la plus recherchée, la « **Destination de Thau** » la plus convoitée et le « **Charme insolite** » le plus consommé.

**L'arrière-saison détrône l'avant-saison avec un taux de clics jamais enregistré jusqu'alors** (56 661), l'avant-saison 35 393 clics et l'été 28 921 clics. Tous les scores sont à la hausse.

### Top 10 :

- Camping Californie Plage - Promo - 1919 clics
- L'Astronarium d'Aniane - Charme et Insolite (bulle) - 1809 clics
- Domaine St Jean de l'Arbousier - Charme et Insolite (cabane) - 1757 clics
- Hôtel Ibis Sète-Balaruc - Bien-Etre - 943 clics
- Ferme de Lo Trescalan - Charme et Insolite (tipi, yourte) - 894 clics
- Chambres d'Hôtes Le Petit Molière - Charme et Insolite - 841 clics
- Château le Pouget - Charme et Insolite - 771 clics
- Agence Sea Sète and Sun - Charme et Insolite (bateau) – 769 clics
- Domaine de l'Oulivie - Charme et Insolite (lodge) - 730 clics

Sud De France Réceptif - Charme et Insolite (éco-lodge) - 704 clics

### Rubrique « Activités Insolites » :

**80 offres** à la demi-journée et journée et **30 088 clics**.

**Score doublé** par rapport à 2015

Réservoir d'idées originales dédiées aux newsletters du bassin de vie.

#### Top 5:

Balade à dos de dromadaire : Balaruc le Vieux : 1362

Pédalo rail : St Tibery : 1359 clics

Frissons dans la prison : Lunel : 1317 clics

Magie de l'eau en nocturne : Obalia : 1157 clics

Sortie zen en mode tibétain : Temple de Roqueredonde : 1157 clics

Libérez vos 5 sens : sentiers des pieds nus à Montagnac : 1108 clics

### Nouveauté

#### La Rubrique Festivals

3<sup>ème</sup> place des thèmes cliqués : 10 637 clics pour seulement 15 offres. Jolie prouesse pour cette nouvelle ligne de produits identifiée par un titre récurrent «..., une nuit des étoiles ! » Les temps forts parmi lesquels le Printemps des Comédiens, Radio-France, Montpellier Danse, les Internationales de la guitare... plus de grosses têtes d'affiches comme Zingarro, Jonasz, Carmina Burana.... ont fait exploser les compteurs!





## Côté « Dispos et Résas en ligne » :

### 1/ Les Hébergements



A la demande des professionnels, l'OTA « Booking » a disparu du dispositif au profit du « Réservez en direct », favorisant le rapprochement du consommateur à l'hébergeur sans intermédiaire. Seules les centrales de réservations officielles des offices de tourisme, des gîtes de France et de Clévacances ont aujourd'hui pignon sur toile !

### 2/ Les Loisirs



En été 2016, AwoO a fait son entrée sur la page « Réserver » via une marque blanche (sans commission de revente) aux côtés des hébergeurs permettant la **réservation en ligne des loisirs: activités sportives, visites guidées, prestations oenotouristiques, places de spectacle, entrées sur des sites de visites et de loisirs**. Une jolie opportunité pour les opérateurs de loisirs de se fédérer et d'éviter les pièges que pourrait représenter à terme, l'intégration de cette offre sur des plateformes comme Booking, Sncf-Voyages, Airbnb....

Hérault-Tourisme s'engage donc à hauteur de 40 000€ pour 3 ans et offre un droit d'accès à cette solution à tous les OT et professionnels du loisir en Hérault (Plus d'infos sur [www.adt-herault.fr](http://www.adt-herault.fr))