# PLAN MEDIA 2024

# Plan MEDIA :
# Salons en France

**- Salon des Voyages à Clermont-Ferrand - 20 au 21 janvier 2024**
*Creuse Tourisme et un partenaire Office de tourisme*

**- Salon de l'Agriculture à Paris - 24 février au 3 mars 2024**
*Opération en partenariat avec le Conseil Départemental de la Creuse*

**- Salon Destination Nature à Paris - 14 au 17 mars 2024**
*Creuse Tourisme et un partenaire Office de tourisme*

**- Salon du Randonneur à Lyon - 22 au 24 mars 2024**
*Creuse Tourisme et partenaires Offices de tourisme*

**- Salon du Gravel à Angers - 14 au 16 juin 2024 ?**
*Creuse Tourisme Terra Sports 23*

# Plan MEDIA : Campagnes TV

Hypothèse 3

## PARRAINAGE REGIONAL DE NOS METEOS .3

Avril 2024 - 4 semaines - du 01/04 au 28/04

Météo PRIME - Lundi-Dimanche 20:10
Formats : Pré et post billboard 12''

Disponibilités à date
Parrainage ouvert à 2 marques maximum
avec exclusivité sectorielle

| Cible : ens. 35 ans + | nombre de diffusions | | effectif cible INSEE Individus 35ans et + | couverture % | nombre d'individus touchés | répétition | nombre de contacts publicitaires |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| F3 Centre Val de Loire | 56 | | 1 558 900 | 36% | 565 910 | 5,30 | 3 M |
| F3 Paris IDF | 56 | | 6 737 900 | 29% | 1 960 729 | 4,00 | 7,8 M |
| F3 Poitou Charente | 56 | | 1 156 000 | 35% | 405 960 | 6,80 | 2,8 M |
| F3 Pays de Loire | 56 | | 2 278 900 | 38% | 858 353 | 6,50 | 5,6 M |
| TOTAL* | 224 | | 10 691 300 | 35% | 3 225 607 | 5,70 | 19,2 M |

* 10% du budget sera programmé en digital : soit en display sur le site METEO France

+ Auvergne-Rhône-Alpes

# Plan MEDIA : Campagnes Radio

**>> Diffusion de spots radio sur les réseaux radio**

***Bassins prioritaires et de proximité :***

- Pays de Loire
- Poitou-Charentes
- Centre
- Gironde
- Haute-Vienne

>> + Dotation séjours ?

**>> Participation à des émissions Radio en local, partenariat sur les plateaux d'été notamment**

# Plan MEDIA : Campagnes Radio

Creuse

parrainage 2023-2024

## Bienvenue chez vous

Lundi au vendredi

Bienvenue chez vous en Creuse : France Bleu Creuse passe une heure à vos cotés

semaine

lundi ▸vendredi

10h00 à 11h00 : 2 citations

▸10 citations

**10 citations/semaine soit 40 citations/mois**

Citation de type : « Bienvenue chez vous avec...» à blanc.

# Plan MEDIA :
# Campagnes Radio

**>> Diffusion de spots radio**

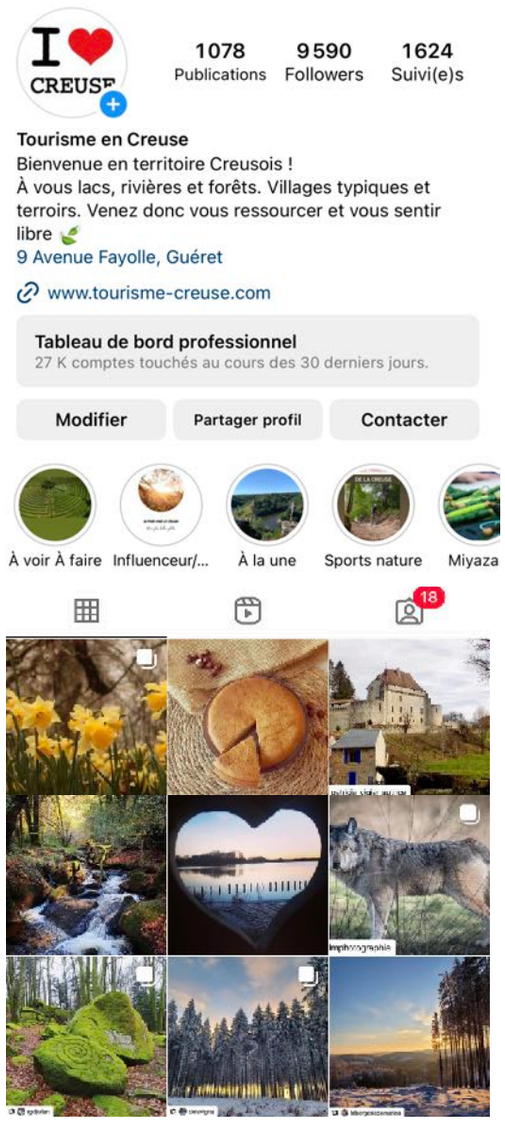
2 semaines de communication sur ALOUETTE
Communication du lundi au vendredi à raison de 8 spots par jour
**Soit un total de 80 messages de 20 secondes**
Diffusion sur ALOUETTE Tours + Chateauroux + Poitiers

>> + Dotation séjours : 2 séjours de 500 € => diffusion sur tout le réseau Alouette 4 Régions / 20 départements

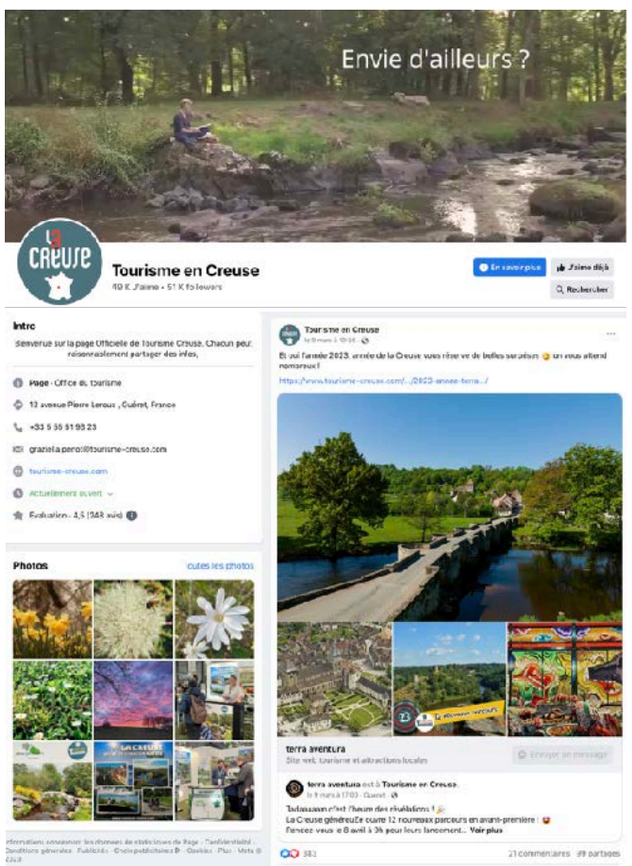
# Plan MEDIA : Réseaux Sociaux

- **Posts sponsorisés** pour la promotion de la Destination, des hébergements, activités, sites, évènements….
- **Accueil d'influenceurs et partenariats divers selon opportunités**

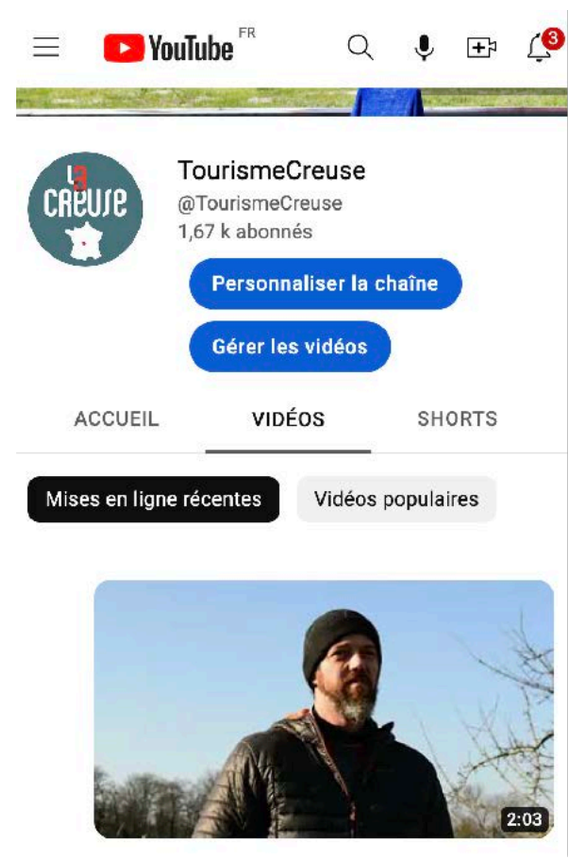
**Instagram : 10000 abonnés**



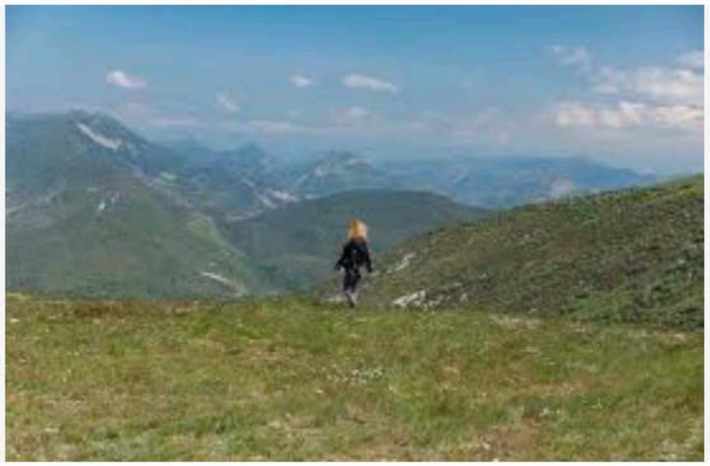

**Facebook : 54.000 fans**




**Youtube : 1.740 abonnés**



# Presse écrite
# Accueil d'influenceurs



Itinera Magica - Blog de voyage added a... - Itinera ...
facebook.com

**>> Accueil d’influenceurs - presse écrite - TV …**

**>> de plus en plus d’influenceurs (instagramers, youtubeurs, blogueurs) souhaitent découvrir la Creuse**

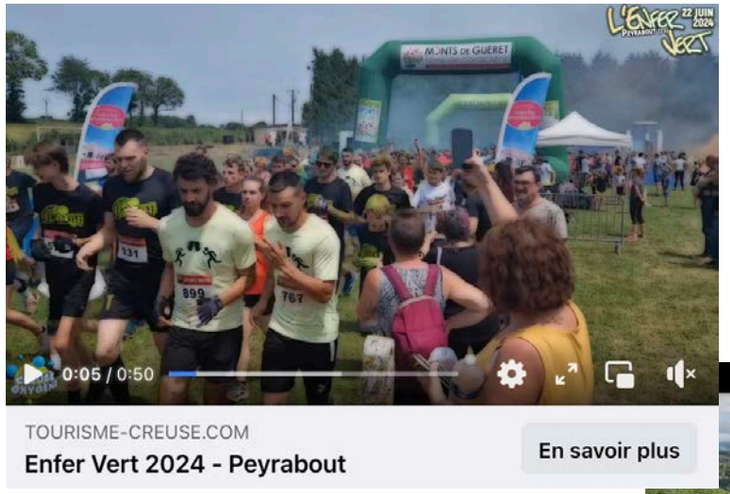
Plusieurs avantages :

- Visibilité sur plusieurs supports (blog+instagram / blog+youtube / facebook+instagram…)
- De beaux contenus photos/vidéos (que l’on peut parfois acheter)
- Une cible souvent plus jeune (20-45 ans)
- Des cibles affinitaires spécifiques (voyage bien sûr, mais aussi sport, culture, gastronomie…)

# Plan MEDIA :
# Soutien aux événementiels

**>> Creuse Tourisme partenaire des évènements pour promouvoir la Destination et les offres touristiques (Hébergements, activités, sites…)**

>> Liste à définir :
- MadJacques
- Bridiers
- Journées de la laine
- Forêt Follies
- …



- Co-branding
- Accueil d'influenceurs
- Diffusion contenus via réseaux sociaux…

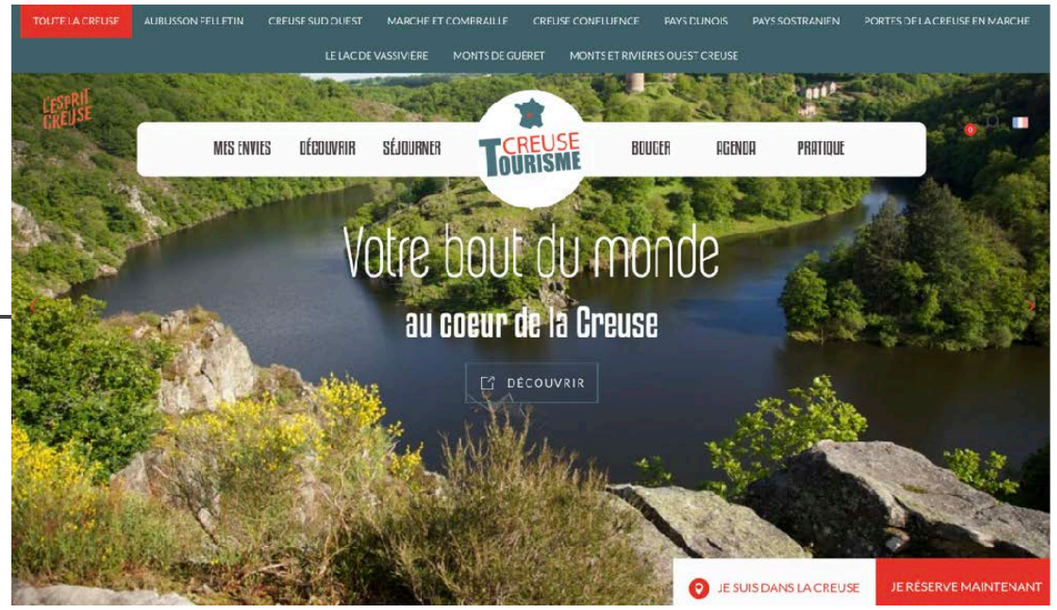
# Jeu-concours

**>> Creuse Tourisme fait gagner 10 bons séjours de 500 €**

- Soutien direct auprès de nos prestataires hébergeurs (GDF, partenaires Elloha…)
- Animation qui fonctionne bien sur les Salons et qui permet de récupérer des contacts prospects qualifiés + jeux antennes radio (belle visibilité sur l'ensemble des réseaux)
- Incitation à la Découverte de la Creuse pour les gagnants qui n'auraient peut être pas forcément choisi le département comme destination

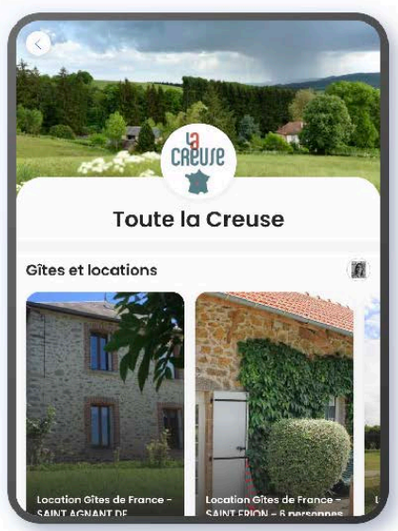
# Nos Outils Web

**>> Site internet mutualisé**




## 1 SITE UNIQUE = 1 DÉPARTEMENT ET 10 TERRITOIRES

**>> Le Roadbook, carnet de voyage personnalisé**



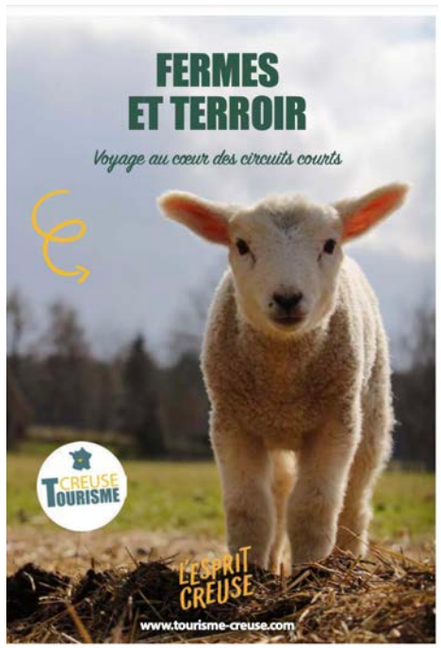

**>> Base de données régionale mutualisée**

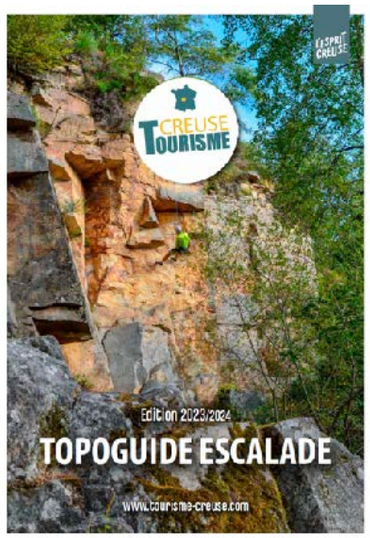
SirtAQUI
L'info des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine
Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural (FEADER) : l'Europe investit dans les zones rurales

Tourinsoft

# Editions 2024

**>> Bourse aux documents le jeudi 30 mars à 9h30 Saint Vaury**





# Plan MEDIA :
# Création de contenus photos et vidéos

**>> Réalisation de vidéos / photos en interne**

- Images drone = enrichir notre base / saisonnalité
- Soutien aux événements, nouveautés…
- + autres selon les besoins
- Pays Dunois = partenariat communication
- Série des producteurs (suite)
- Portraits moniteurs guides de pêche
- Nouvelle série des artisans

**>> Création de petits montages en interne + diffusion Réseaux Sociaux**

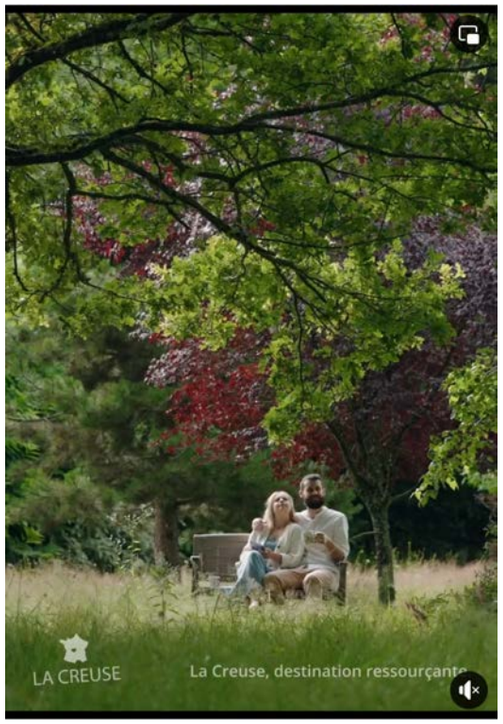
# Plan MEDIA :
# Série vidéos promotionnelles

**>> Réalisation d’une Série de vidéos thématiques en partenariat avec les territoires**

**Raconter une aventure jour par jour par des personnes différentes auxquelles nos prospects/clients peuvent s’identifier.**

« Je vais vous raconter mon séjour en Creuse »

- Partenariats avec les territoires

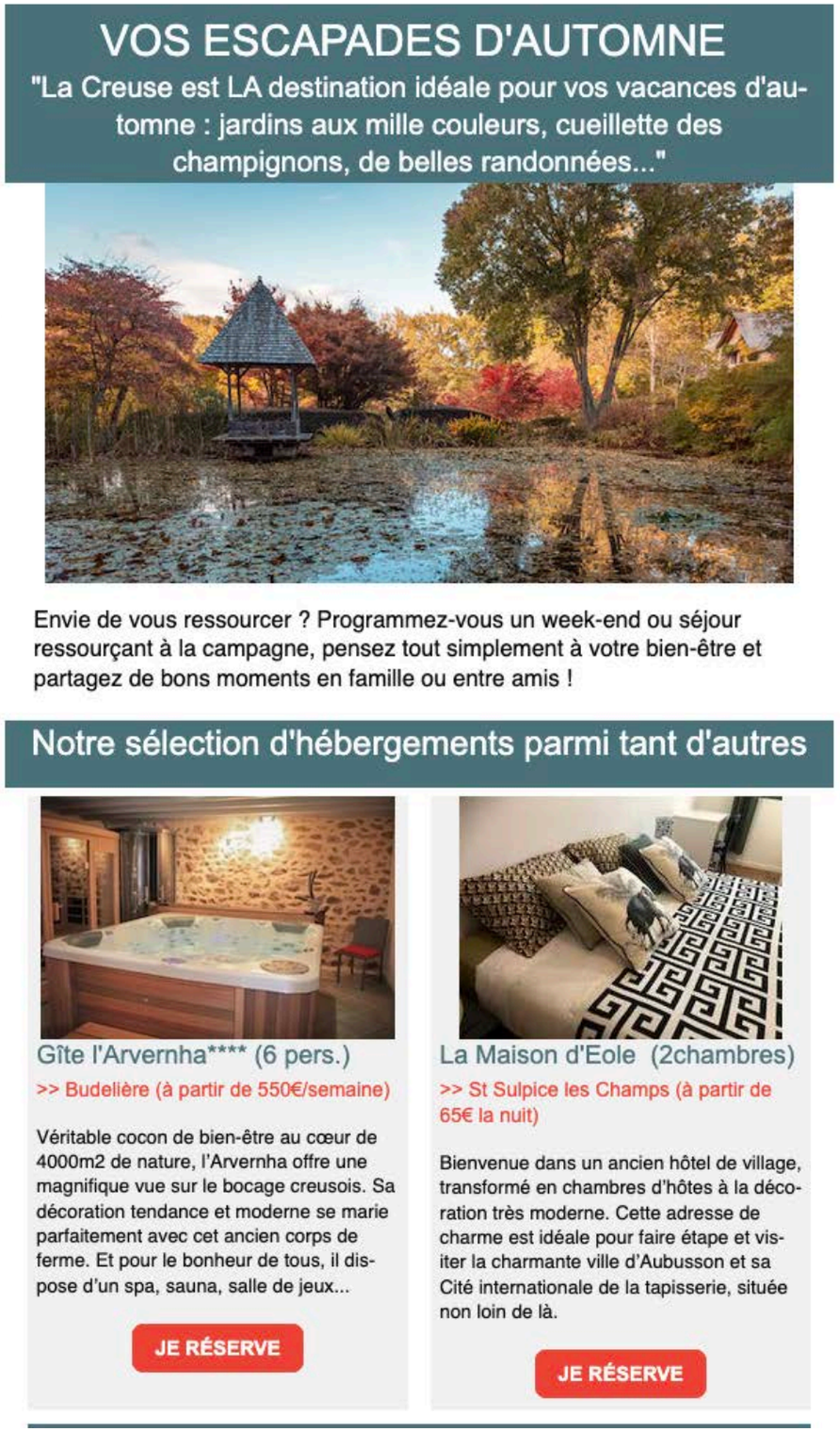


# Plan MEDIA : GRC Mutualisée

**>> GRC - Gestion de la Relation Clients**

**Plusieurs newsletters** co-produites seront envoyées en 2024

- Saint Valentin
- Vacances de Pâques
- Post Salons
- Thématiques pêche, jardins…
- Vacances d'Eté
- Escapades d'automne
- Randonnées cyclo/VTT (printemps et automne)



# Plan MEDIA :
# Les sports nature

## Accueil d'influenceurs / Presse écrite

Pour des actions spécifiques autour du vélo et du sport nature. Notamment autour de la Grande Traversée VTT

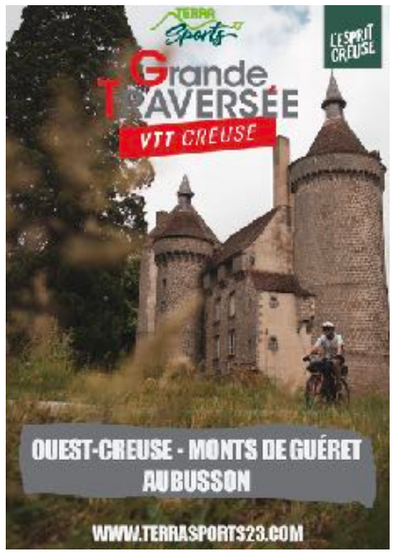
## Publicités sur le web

Travail sur des cibles affinitaires sur le sport nature avec l'entreprise AD My Sport qui permet de placer Terra Sports sur plusieurs sites spécialisés et reconnus.

## Goodies

Achat de goodies Terra Sports (fabriqués en France et en rapport avec le sport ou lifestyle : gourdes, équipements sportifs) pour faire perdurer l'image de Terra Sports 23 même après les Jeux Olympiques

# Plan MEDIA :
# Les sports nature



**Impression de brochures**

Impression de la brochure GT VTT avec les trois tronçons pour la période 2024 (distribuée dans les salons et aux offices de Tourisme : 2.000 exemplaires)

**Partenariats privés**

De nouveau réaliser un partenariat pour figurer sur une newsletter avec Outdoor Active.
Forfaits annuels de Outdoor Active et France Vélo Tourisme.

**Actions spécifiques Tour de France**

Actions de communication spécifiques pour le passage du Tour de France à Evaux-les-Bains (newsletter, réseaux sociaux). Goodies, etc.

# Tèrra Aventura :
# Un produit du CRT Nouvelle Aquitaine

**>> Une balade digitale 100% gratuite accessible 365 jours / an**

## Une balade digitale

En ville, à la campagne, en forêt, en bord de mer

Entre 1h et 3h pour les plus longues

Sur des distances de 1 km à 14 km

## Une histoire, un univers, une expérience locale

Des personnages “Les POIZ” racontent le territoire de façon rigolote

Deux 2 niveaux de lecture : parents et enfants;

## Un jeu 100 % gratuit en 5 langues

Qui se joue avec ou sans connexion

## Des joueurs 365 jours par an

# Tèrra Aventura:
# Une offre de développement touristique

**>> Augmenter le flux de clients : en séjour et en excursions**

**Potentiel de prospects Famille** :
Près de 3 millions de joueurs en 2022 dont 77% sont des familles avec enfants

550 parcours en Nouvelle - Aquitaine
**50 parcours dans la Creuse**

Une fréquentation en hausse
**+53 % depuis 2019** soit
**+** de 115 000 joueurs en 2022

**Pour 41% des joueurs jouer à Tèrra Aventura était la raison principale du séjour ou du déplacement à la journée**

**96 %** de Taux de satisfactions des joueurs

# Tèrra Aventura : propositions 2024

## Soutien refonte et création de nouveaux parcours

Soutien aux EPCI candidats à **hauteur de 50% des coûts de refonte** et de création (hors fonctionnement)

## Création d'une cache éphémère

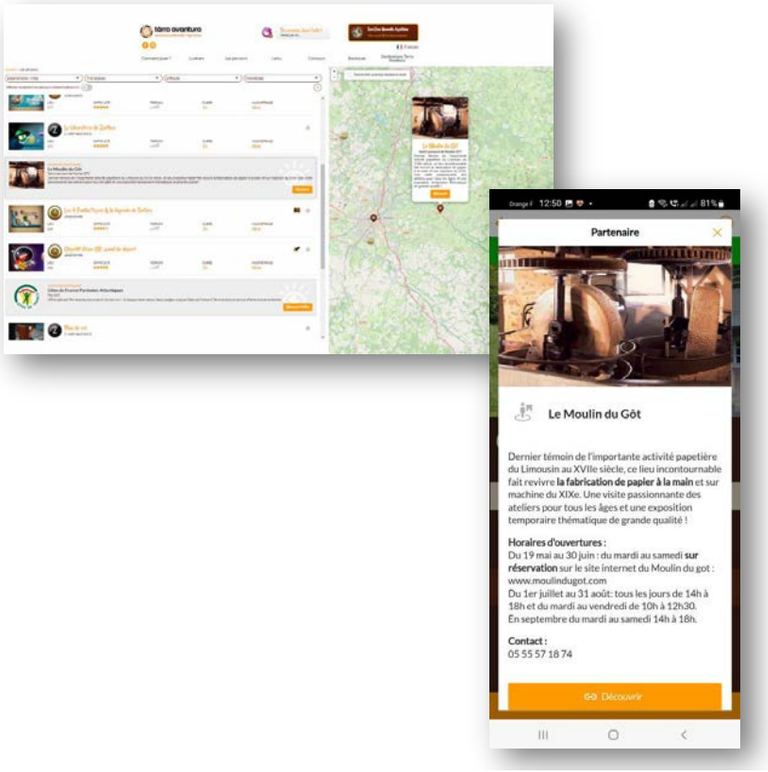
Soutien aux EPCI candidats à **hauteur de 50% pour la création d'un parcours éphémère :** Parcours évènement pendant 3 semaines avec une communication associée. 2000 badges Zaméla inclus.

## Promouvoir l'opération

Promotion de Tèrra Aventura

## Dans le cadre de nos partenariats avec les médias locaux

# La Creuse en Famille




## Promouvoir l'opération auprès des Familles Auprès de la communauté Terra Aventura et de nouveaux prospects

**Offre Ailes de Saison** : **avril-mai-juin**
Les offres de la Creuse en Famille
*affichées sur 25 parcours à proximité de la Creuse sur l'application
* point géolocalisé sur la carte des parcours sur le site web terra-aventura.fr
*campagne de promotion pour l'opération (newsletter, post RS, notification push, Pop In site web)

## Promouvoir l'opération auprès des Creusois

Promotion des sites de visites et activités spécialement adaptés aux familles dans une optique d'excursion à la journée

## Dans le cadre de nos partenariats avec les médias locaux