

## Tableau des actions partenariales 2018 Sète Agglopôle Méditerranée, Archipel de Thau

CANAL	MARCHES	OBJECTIFS & ACTIONS	DATES
<b>E-NEWS</b>	<b>BASSIN DE VIE OCCITANIE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acquisition et qualification de <b>nouveaux prospects : faire évoluer la base à 30 000 personnes.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Via une campagne on line : création de contenus thématiques pour le compte de Sète Agglopôle sur une plate-forme dédiée.</b></li> <li>- <b>Via de nouveaux dispositifs de recrutement (campagnes de « Lead Ads »)...</b></li> <li>- <b>Via des actions de promotion sur les réseaux sociaux (Facebook Ads).</b></li> </ul> </li> <li style="text-align: center;">+</li> <li>- <b>3 e-news dédiées “Bassin de Vie – Occitanie” pour Sète Agglopôle</b></li> </ul>	A l’année
	<b>FRANCE WALLONIE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acquisition et qualification de <b>100 000 nouveaux prospects (soit doubler la base de donnée partenariale !)</b> via de nouvelles <b>mécaniques de recrutement.</b></li> <li>- Hérault Tourisme met à disposition des Offices de Tourisme de Sète Agglopôle ses outils techniques pour qualifier et solliciter la base de données de l’Office de Tourisme.</li> <li style="text-align: center;">+</li> <li>- <b>E-news pour le compte des partenaires</b> aux prospects qualifiés lors de la phase d’acquisition (4/5 news par an).</li> </ul>	A l’année
	<b>ALLEMAGNE GRANDE BRETAGNE BELGIQUE PAYS BAS ESPAGNE SCANDINAVIE ITALIE SUISSE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>E-news thématiques</b> adressées par marchés aux fichiers d’Atout France ou d’un prestataire privé.</li> <li>- <b>2 millions de destinataires (objectif de minimum 400 000 ouvertures) :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Focus sur les destinations desservies par nos deux aéroports : Edimbourg, Manchester, Copenhague, Londres, Düsseldorf, Stockholm, Charleroi, Amsterdam, Rotterdam, Dublin, Francfort, Munich...</li> </ul> </li> <li>- <b>Sète Agglopôle bénéficie de 2 articles par newsletter.</b></li> </ul>	A l’année

<b>RESEAUX SOCIAUX</b>	<b>BASSIN DE VIE OCCITANIE FRANCE EUROPE</b>	<b>Campagne Facebook Ads :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciblage des clients selon centres d'intérêt et origines géographiques.</li> <li>• Budget modulable. Chaque partenaire fixe ses objectifs : notoriété et visibilité (vidéos), trafic sur sites web, conversions (acquisition de fans).</li> </ul>	A l'année
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Accueil d'Instagramers</b> : réalisation d'un « Instameet » pour le compte de Sète Agglopôle.</li> <li>- <b>1 journée. Entre 8 et 12 instagrammers héraultais.</b></li> </ul>	A définir
<b>MEDIA</b>	<b>BASSIN DE VIE OCCITANIE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>France Bleu Toulouse.</b> Hérault Tourisme planifie, coordonne et réalise les spots pour le compte de chaque partenaire. Possibilité de moduler la durée de diffusion des spots (64 spots / mois).</li> </ul>	A l'année
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Collaboration avec une sélection de bloggeurs espagnols</b> spécialistes de la thématique « Loisirs Nature ». Accueil des bloggeurs</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Partenariat avec Carnet de Randos</b> : réalisation d'un film pour le compte de Sète Agglopôle.</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Réalisation de vidéos thématiques</b> : mini-films promotionnels de 1.30 / 2 mn co-produits avec les marques de la destination (soutien logistique, technique d'Hérault Tourisme).</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Conférence de presse à Barcelone</b> dans le cadre d'Escale à Sète</li> </ul>	Mars
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Conférence de presse à Copenhague</b> / thématique « art de vivre &amp; oeno » en amont de la manifestation « Apéritif à la Française »</li> </ul>	Juin
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Promotion des lignes aéroport Béziers Cap d'Agde et Montpellier Méditerranée</b> : mise en place d'accueils presse pour soutenir le développement des (nouvelles) lignes de nos 2 aéroports.</li> </ul>	A l'année
<b>INTER-MEDIATION</b>	<b>FRANCE EUROPE MONDE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Démarchage CE/ Associations</b> bassin de Toulouse : proposition d'un démarchage CE / Association, sur le bassin Toulousain.</li> </ul>	Avril
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>E-news dédiée</b> à 2 700 prescripteurs.</li> </ul>	A l'année
<b>CO-MARKETING</b>	<b>DANEMARK PAYS-BAS GRANDE BRETAGNE Allemagne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Animer par marché les bases de données clients des réseaux de distribution de vins du Languedoc. Sur chaque marché, un séjour est mis en jeu via : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mini-site intégrant les contenus des partenaires (vidéos, offres de séjours...).</li> <li>• E-news adressées à des méga bases (300 à 400 000 prospects) et aux clients du distributeur avec une accroche « vin ».</li> <li>• Insertions publi-rédactionnelles ou création de brochures diffusées par les distributeurs.</li> </ul> </li> <li>- Exemples de partenariats : le réseau de cavistes danois « Holte Vinlager » (20 000 clients), le distributeur oeno « Schenk » en Allemagne (300 000 clients), les distributeurs Sligro, Jumbo, Sauter, Albert Hjein au Pays-Bas (400 000 clients)...</li> </ul>	A l'année
<b>SALONS WORKSHOPS</b>	<b>TOUS MARCHES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Salon des Vacances de Bruxelles</b> : (100 000 visiteurs). Hérault Tourisme fédère ses partenaires sur le stand du CRT Occitanie « hôte d'honneur ».</li> </ul>	1-4 février
		<b>WORKSHOPS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Workshop Presse Deptour</li> </ul>	15-16 janvier
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Bourse aux Dépliants (Montpellier)</b> - Journée des professionnels.</li> </ul>	5 avril

## OBSERVATION ECONOMIQUE – SETE AGGLOPOLE MEDITERRANEE, ARCHIPEL DE THAU

CANAL	OBJECTIFS ACTIONS	MOYENS & SUPPORTS	DATES
<b>OBSERVATION ECONOMIQUE</b>	<i>Déploiement du dispositif « Fluxvisio » pour le compte du territoire de Sète Agglopôle Méditerranée, Archipel de Thau.</i>	<b>Mise en place en 2018 d'une observation territoriale de la fréquentation dans le cadre du dispositif Flux Vision Tourisme.</b>	A l'année

