

# PLAN MEDIAS 2020



Certaines actions sont **mutualisées** :

- avec le CRT Nouvelle Aquitaine
- avec des EPCI/OT de la Creuse
- avec des sites partenaires (AST2C, Cité de la tapisserie, etc)

Objectif : **jouer des synergies et diversifier les marchés**



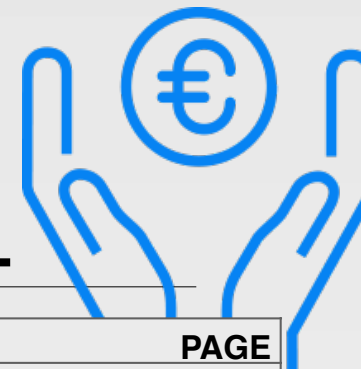
# Synthèse

Du plan médias - les marchés

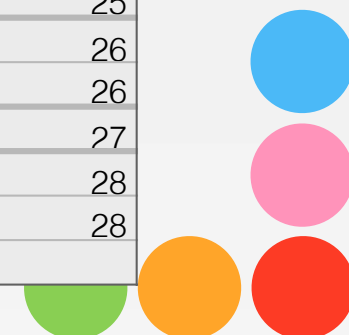
# 277.160 euros d'actions de communication



# TABLEAU BUDGET PREVISIONNEL



OPÉRATIONS	MONTANT	PAGE
Campagne affichage et digitale - Métro parisien	38 500	14
SMT Paris	3 900	15
Salon Made in Aquitaine + éducateurs sur les territoires	Frais d'accueil	15
Campagne digitale et campagne influenceurs	9 500	16
Campagne multi-support (affichage gares)	7 500	17
Sponsoring "Météo" - France télévision	50 000	17
Campagne complémentaire Creuse France TV	24 000	18
Campagne "cinéma et digital"	23 500	19
Salon de l'agriculture - Paris	Frais de déplacement	20
Salon Mahana Lyon	6 000	20
Voyage de presse tapisserie	Frais d'accueil	20
Presse Ecrite (Express, Femme Actuelle, Management)	36 160	21
Campagne lancement Nouveau Site Internet	20 000	22
Frais de traductions Nouveau site web	9 500	22
Cofinancement d'actions mutualisées avec Com Com	10 000	23
Filières Pêche + Cvclo-tourisme	11 000	29
Campagne affichage et digitale - CIT Royaume Uni	12 000	24
Opération TO / Presse en NA + Workshop Londres	2 750	25
Campagne "affichage et digital / CIT / Thalys" Belgique	3 500	26
Opération TO / Presse - Bruxelles	1 750	26
Workshop itinérant Lausanne et Zurich	2 100	27
Opération TO/presse Madrid	1 500	28
Publiredactionnel Quotidiens espagnol	4 000	28
<b>TOTAL</b>	<b>277 160</b>	

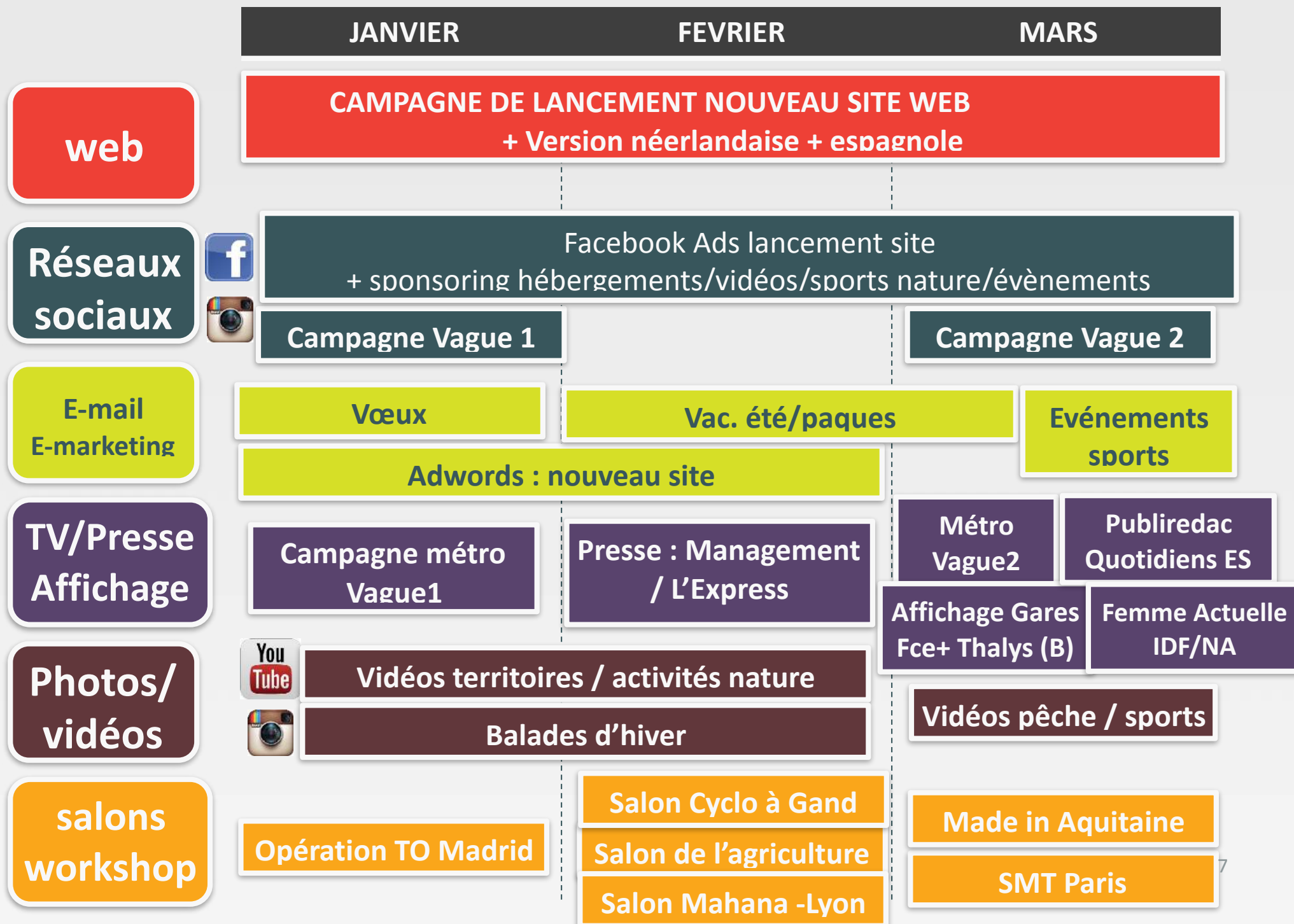


# Synthèse

Du plan médias - Le calendrier

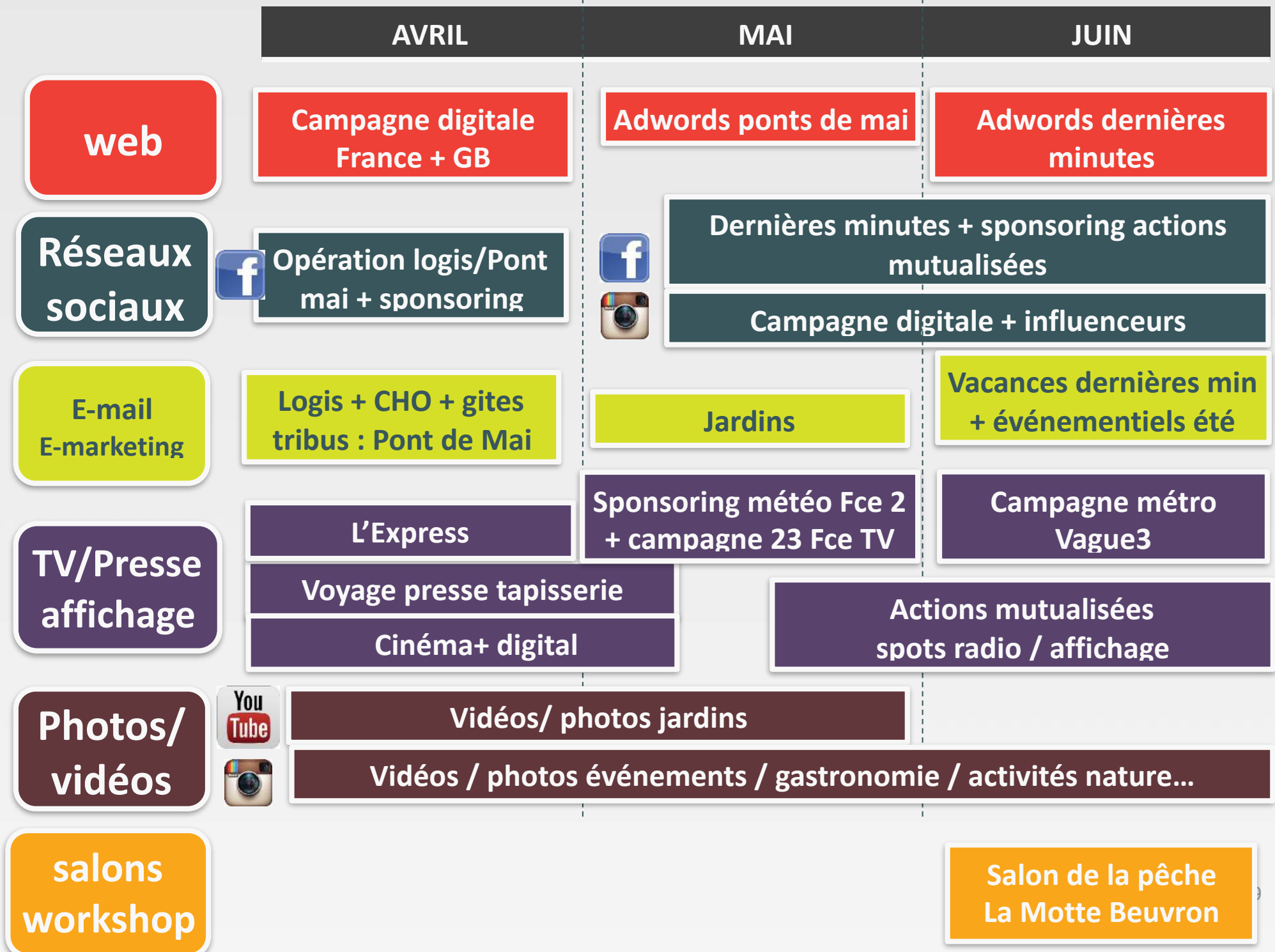
# Plan médias 2020

	JANVIER	FEVRIER	MARS
<i>Thématique principale</i>	<i>Début des résas d'été</i>		
<b>Thématique secondaire</b>	Balade hiver	Vacances d'hiver	Ouverture pêche / Événements sportifs
<i>Événements</i>	<i>Bistrots d'hiver / St Valentin / Expos</i>		<i>Rallye des 4 puy VTT</i>



	AVRIL	MAI	JUIN
<i>Thématique principale</i>	<i>Vacances de Pâques</i>	<i>Ponts de Mai</i>	<i>Résas de dernières minutes</i>
<b>Thématique secondaire</b>	Jardins, gastronomie	Sorties nature	Evènementiels été + sites touristiques
<i>Événements</i>	<i>Courses aux œufs GTL, Expos...</i>	<i>Journées des plantes printemps</i>	<i>Enjambée, Creusekistan, expos estivales (tapisserie- VDP), Enfer vert</i>









	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE
<b>Thématique principale</b>	<i>Résas de dernières minutes</i>		<i>Prépa vacances toussaint</i>
<b>Thématique secondaire</b>	Evènementiels été + sites touristiques		Réunions de famille Toussaint
<b>Événements</b>	<i>Halftriman Sortilèges Marché potiers</i>	<i>Fresque de Bridiers Paroles de conteurs</i>	<i>Forêt Follies Chaminadour</i>

**Réseaux sociaux**

**Radio / affichage**

**Photos / vidéos**

	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE
	Actions mutualisées : Sponsoring événements / activités natures / offres promo dernières minutes		
	Actions mutualisées spots radio / affichage		Presse écrite : Management
	Album été		Évènementiels automne + Toussaint 10
	Actions mutualisées : Tournages vidéos		

	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE
<b>Thématique principale</b>	<i>Prépa vacances tousaint</i>		<i>Noël</i>
<b>Thématique secondaire</b>	Halloween		
<b>Événements</b>	<i>Journées de la laine, plantes d'automne</i>	<i>Expos / spectacles</i>	<i>Trail, Noël</i>

OCTOBRE

NOVEMBRE

DECEMBRE

web

éditos expériences / balades d'automne +  
gastronomie + bien-être

Noël

Réseaux  
sociaux



Sponsoring événements / Hgts + animations Noël

E-mail  
E-marketing

Hébergements +  
animations Noël

TV/  
Affichage

Campagne métro  
Vague 4

Photos/  
vidéos



Album automne



Vidéos trail



Album Noël / hiver

salons  
workshop

Opération TO/Presse NA  
+ Londres + Bruxelles

Workshop Lausanne +  
Zurich

# Détails des actions

Plan de communication 2020

# MARCHÉ FRANCE



## Campagne affichage et digitale - Métro parisien

Pour donner suite au succès de nos campagnes 2019, Creuse Tourisme souhaite **consolider sa visibilité sur le marché francilien** grâce à une campagne de séduction en partenariat avec le CRT NA, comprenant :

- **De l’affichage métro** dans les stations les plus fréquentées de la capitale (env. 60 faces par vague et par partenaire).
- **Une déclinaison digitale** (avec option vidéo), sur Facebook, Instagram ou/et des sites internet spécialisés dans le voyage, renvoyant sur nos plateformes de promotion et de réservation (pour les 4 vagues 1 000 000 impressions et 40 000 clicks garantis sur Facebook / 1 000 000 impressions sur Internet).

38 500€ pour 4 vagues



# MARCHÉ FRANCE



Salon mondial du tourisme / Salon destination nature  
12-15 mars 2020 - PARIS

Le Salon mondial du tourisme / Salon destination nature, est la **référence nationale des salons grand public** en matière de promotion touristique. La Nouvelle Aquitaine sera **mise à l'honneur en tant que "Destination phare du tourisme de nature"** sur un espace structuré en "univers de marques", pour une lisibilité optimale de l'offre auprès des visiteurs.

3 900€ par partenaire

Salon du Made in Aquitaine (Salon SO Evénements 2020)  
11-12 mars 2020 - BORDEAUX

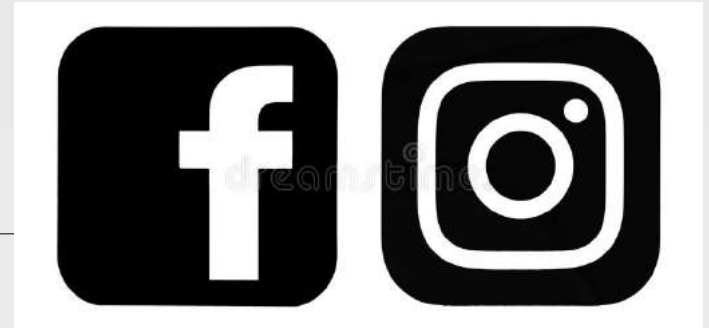
Le Salon "So-événement" est devenu en quelques années l'une des références du tourisme d'affaires en France. Le CRTNA propose d'organiser ensuite des **Eductours de découverte des destinations** de Nouvelle-Aquitaine en amont de l'organisation du workshop. L'objectif est de mettre en lumière les atouts de notre destination et la pluralité de notre offre, auprès d'acheteurs pour générer des contrats.

Frais d'accueil



# MARCHÉ FRANCE

---



## Campagne digitale et campagne influenceurs

Acquisition d'une **visibilité digitale sur deux marchés prioritaires** : il s'agit de la France et la Belgique par une stratégie de positionnement sur les **réseaux sociaux** (Facebook, Instagram, etc.) ou/et sur **internet**, en ciblant un public qualifié à très fort potentiel de réservation de l'offre régionale.

En parallèle, une collaboration des "macro-influenceurs" (plus de 100.000 abonnés), venus de France et de nos cinq pays européens prioritaires, afin de créer des contenus

>> à partir de 9 500 € (250 000 impressions sur les réseaux sociaux / 250 000 impressions sur internet / 1 à 2 pays)  
+ frais d'accueil





# MARCHÉ FRANCE



Mai

## Sponsoring "Météo" - France télévision

Le sponsoring de la météo couvrira une période de quatre semaines au printemps, avec **20 spots de 12 secondes par partenaire**. La campagne pourra commencer concomitamment à une vague d'affichage en Île-de-France ou à notre présence sur un salon parisien.

50 000€

## Campagne multi-support

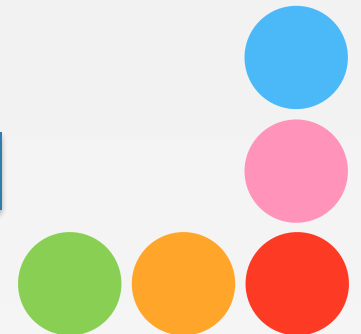
Visibilité de grande envergure sur un marché de proximité "élargi", regroupant la Nouvelle- Aquitaine et Pays de Loire

Cette campagne de séduction, pensée "à la carte" peut comprendre :

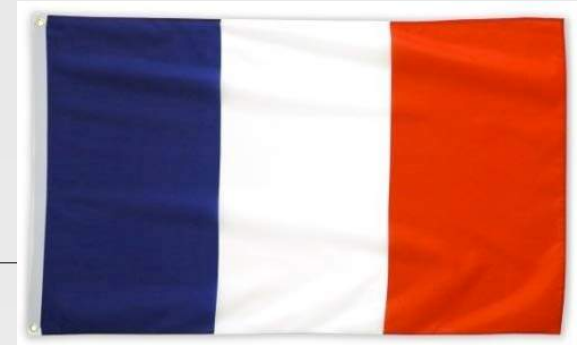
- De l'**affichage en gare** (Bordeaux, Poitiers, Nantes, etc.) ;

2 500€ par dispositif

TOTAL : 7 500 €



# MARCHÉ FRANCE



## Campagne complémentaire Creuse - France télévision

Reprise de notre spot pub actuel 20" => 3 hypothèses proposées :

- Plan TV classique national : 100% France 2 après 20H (1 semaine)
- Plan TV classique national : contexte émissions Evasion (Grandeur Nature, Echappées Belles, Nouveaux Nomades, Carnet de Julie, Silence ça Pousse...) (1 à 2 semaines)
- Dispositif national 100% digital : segment cibles Data Fan de Sport + Traveller Intentionnistes voyages + Emissions ciblées Evasion (4 semaines)

24 000€



# MARCHÉ FRANCE

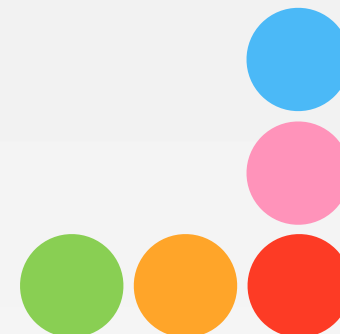
---



## Campagne "cinéma et digital"

**Campagne d'affichage sur les écrans de cinéma** de la région et sur les bassins limitrophes (**Bordeaux, Nantes, Rennes, etc.**). Des **spots promotionnels de 15 à 25 secondes** seront diffusés dans les salles obscures **durant deux semaines (536 spots environ)**. En complément, nous vous proposons une **diffusion du spot en pré-roll sur le site "Allociné" durant deux semaines (555 555 pages vues avec publicité)** et une **communication mobile en retargeting** sur "mobinautes" à la sortie des séances de cinéma (800 000 impressions garanties).

23 500€



# MARCHÉ FRANCE



Salon de l'agriculture - Paris  
22 février au 1er mars 2020

Une présence du département de la Creuse est prévue sur ce salon grand public. Présence de Creuse Tourisme pour faire la promotion touristique.

Frais de déplacement et de personnels

Salon Mahana - Lyon  
7 au 9 février 2020

Il a été envisagé une présence tous les deux ans sur ce salon, il sera donc reconduit en 2020 avec l'association des sites Creusois, l'office de Tourisme d'Aubusson Felletin qui met à disposition le métier à tisser avec démonstration de tissage.

6 000 € le stand

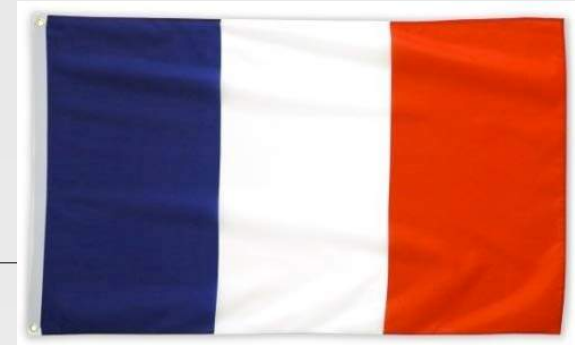
Voyage de presse - Cité de la tapisserie

Un **voyage de presse** est proposé à destination des journalistes parisiens sur la **thématique Tapisserie**, l'occasion de présenter le projet Miazaki. 2 jours/1 nuit en avril 2020 sur Aubusson.

Frais d'accueil



# MARCHÉ FRANCE



Presse Ecrite

Magazine l'Express (National)

2 parutions / 2x1 page :  
250 000 ex / 1 958 000 lecteurs / parution



19 000 € TTC

Février  
+ avril

Magazine Femme Actuelle



1 double page Femme Actuelle édition Ile-de-France : 5800 € net HT  
1 double page Femme Actuelle édition Nouvelle Aquitaine : 4500 € net HT  
+ Remise fidélité = 4 publi-rédactionnels\* offerts en ¼ de page dans 4 autres numéros de Femme Actuelle ( Dont 2 en Ile-de-France et 2 en Nouvelle Aquitaine ou sur une autre région de votre choix)

Mars

12 360 € TTC

Magazine Management

MANAGEMENT édition Ile-de-France, n°2 de la presse économique et news

=> 2 parutions / 2x1 page: « Presse économique : dossier spécial  
Quitter Paris : Où fait-il bon vivre, travailler et entreprendre ? »



4 800 € TTC

Février  
+ Septembre



# MARCHÉ FRANCE



## Campagne lancement Nouveau Site Internet

Dès le 1er trimestre 2020, nous prévoyons une campagne de communication multi-support pour le lancement du nouveau site web, créé avec nos partenaires OTSI :

- **Facebook Ads** : annonces spécifiques sur plusieurs thématiques (hébergements, activités, culture, sports nature, événementiels...)
- **Google Adwords** : référencement payant

environ 20 000€

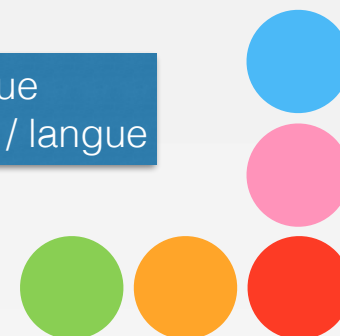
## Frais de traductions Nouveau site web

**Versions linguistiques** du nouveau site à venir :

- en cours : Allemand / Anglais
- à venir : néerlandais / Espagnol

frais déploiement : 1 500€/langue  
frais de traduction : estimation 2500€ / langue

Total : 9 500€



# MARCHÉ FRANCE

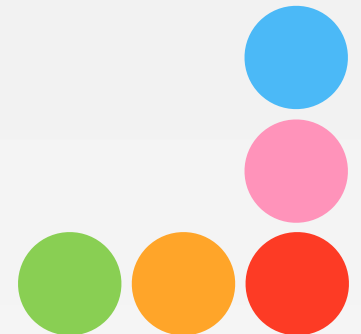


## Co-financement d'actions avec EPCI/OT

Dans le cadre d'actions présentées pour le projet NOTT, **le territoire Creuse Confluence** souhaite mutualiser ses actions de communication avec Creuse Tourisme :

- Facebook Ads
- Radio
- Impression Sets de table
- Affichage...

Campagne globale 20 000€  
Part de Creuse Tourisme 10 000€



# MARCHÉ BRITANNIQUE



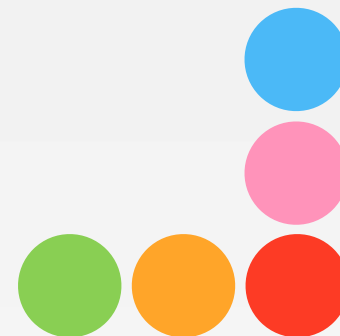
Campagne affichage et digitale - CIT Royaume Uni

*printemps*

Campagne en deux volets, en partenariat avec des OTA (online travel agencies) et des transporteurs afin de démultiplier les effets de nos actions sur ce marché très concurrentiel avec des coûts de promotion élevés. Cette campagne comprend :

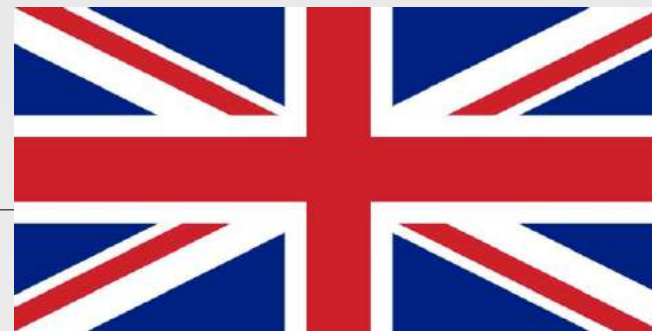
- De l'**affichage urbain ou/et métro à Londres** ;
- Une **déclinaison digitale** dans le cadre des fonds CIT (Conseil Interministériel du Tourisme) comprenant un volet sur **internet** ou/et les **réseaux sociaux** (Facebook, Instagram)
- Une campagne auprès de la **presse et des influenceurs**

12 000 € le pack complet





# MARCHÉ BRITANNIQUE



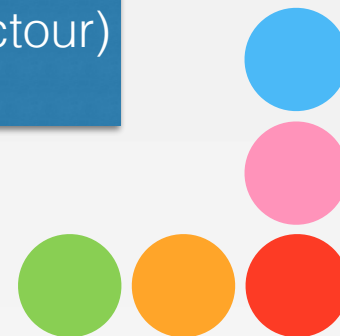
Opération TO / Presse en NA + Workshop Londres

automne

- **3 journées d'éducteurs thématiques** pour permettre aux professionnels et à la presse anglaise de (re)découvrir nos destinations et les nouveautés de l'offre sous un angle nouveau.
- **Une journée de workshop**, organisé à **Bordeaux**. Une quarantaine de professionnels anglais sont attendus.
- **Une mission à Londres** comprenant deux jours de démarchage et de formation des Tour-opérateurs et agents de voyages des structures accueillies, complétés par un événement de networking avec des décideurs britanniques du secteur touristique.

950 € le workshop (+ frais accueil/educteur)  
+ 1 800 € complément

TOTAL : 2 750 €



# MARCHÉ BELGE



## Campagne "affichage et digital / CIT / Thalys" Belgique

*printemps*

A l'occasion de la reconduction de la ligne "Thalys" entre Bruxelles et Bordeaux, **campagne d'affichage à Bruxelles** (affichage tram ou/et en gare).

Elle sera complétée par des **actions digitales** :

- Bannières sur le site de Thalys ;
- E-newsletter dédiée envoyée au fichier contacts de Thalys ;
- Posts sponsorisés sur les réseaux sociaux.

à partir de 3 500 €

## Opération TO / Presse - Bruxelles

*automne-hiver*

Organisation d'un workshop : un focus sera mis cette année sur les offres « écotourisme », "glamping", "tourisme durable", "vacances actives", oenotourisme et gastronomie

à partir de 1 750 €



# MARCHÉ SUISSE

---



Workshop itinérant Lausanne et Zurich

*novembre*

**Tournée professionnelle d'Atout France.**

**+ Démarchage de rédactions**

Un démarchage de rédactions suisses pourra être organisé en parallèle du workshop à la demande des partenaires.

TOTAL : 2 100 €



# MARCHÉ ESPAGNOL



Opération TO/presse Madrid

janvier

Rencontre des Tour-opérateurs et de la presse espagnole lors d'un événement spécifique organisé en marge du Salon FITUR.

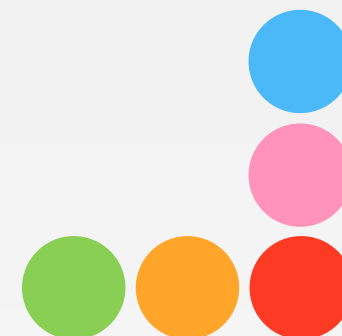
1 500 €

Publiredactionnel = Supplément "Nouvelle-Aquitaine, des destinations pour toute la famille" encarté dans 4 quotidiens

mars

Ces publications sont prévues au 1er trimestre afin de favoriser les départs vers nos destinations par la suite. Plus de **260 000 exemplaires** minimum seront publiés. Un focus spécifique valorisera **les vacances en famille et le patrimoine**.

à partir de 4 000 €



# FILIERES



## PÊCHE

*mi-juin*

Game Fair à La Motte Breuvron - Salon de la Pêche

1 000 € + frais déplacement

## CYCLOTOURISME

Partenariat France Vélo Tourisme

- Salon Vélo à Gand (Belgique) *février*
- Promotion Site internet + Action Emarketing
- Promotion internationale

9 100 € (base 2019)

