



CASSIS

PROVENCE • MÉDITERRANÉE

LE BONHEUR, HAUTE DÉFINITION.

Rapport d'activité
2016

Accueil et Information

Accueil et information

L'accueil aux Gorguettes

L'Autofinancement

La boutique

Les billetteries

Les individuels

Les groupes

Les transferts navettes

Les croisiéristes

La promotion

La communication

Le numérique

La presse

Le cluster littoral

Le contrat de destination

L'animation du réseau des professionnels

La vie de l'office

Le budget

Le personnel





PROVENCE · MÉDITERRANÉE

LE BONHEUR HAUTE DEFINITION



ACCUEIL & INFORMATION

ACCUEIL ET INFORMATION : VISITEURS REÇUS EN 2016



71 596
demandes
d'information

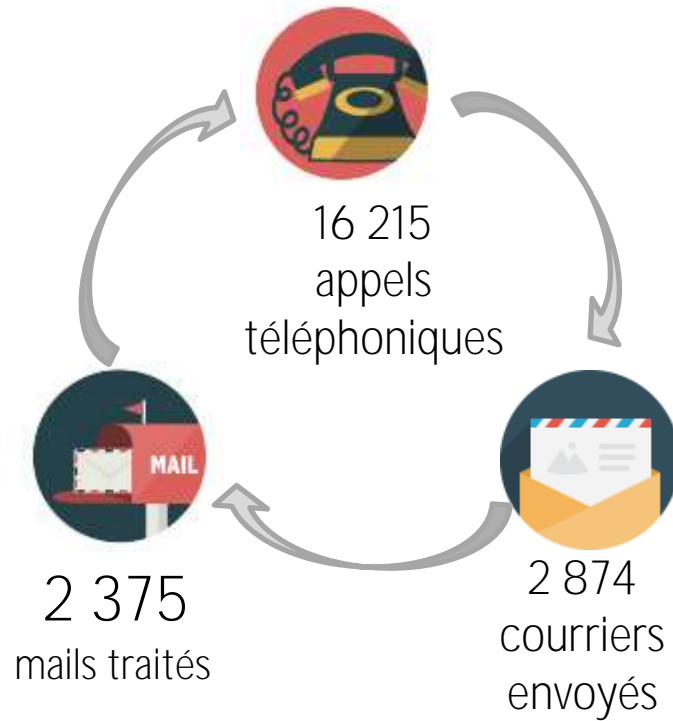


- 3,74 %

217 304
visiteurs

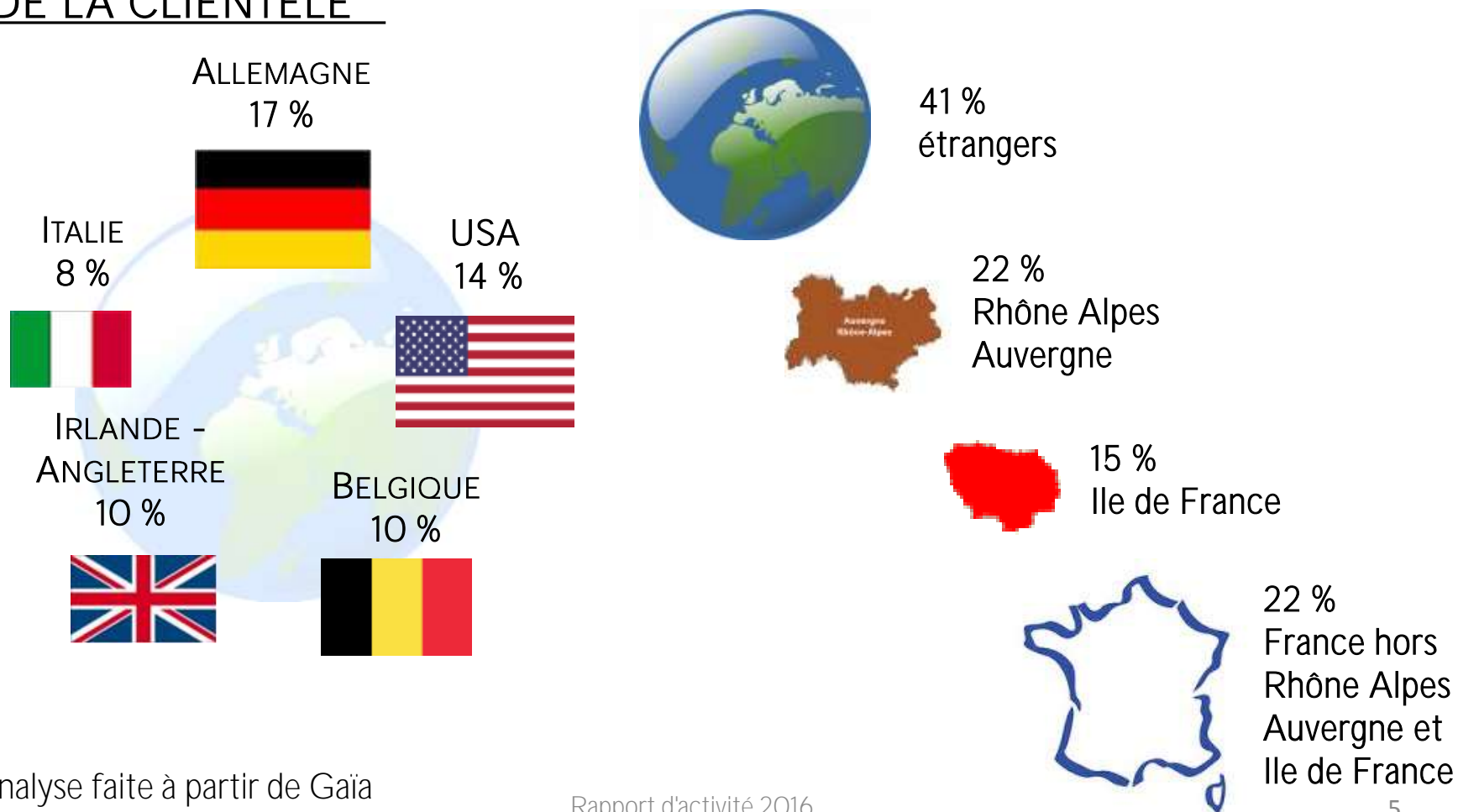


41,19 %
des visiteurs
sont étrangers





ACCUEIL ET INFORMATION : LES ORIGINES GÉOGRAPHIQUES DE LA CLIENTÈLE *

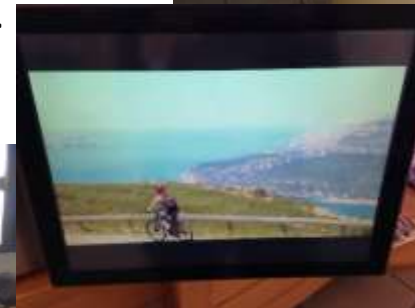
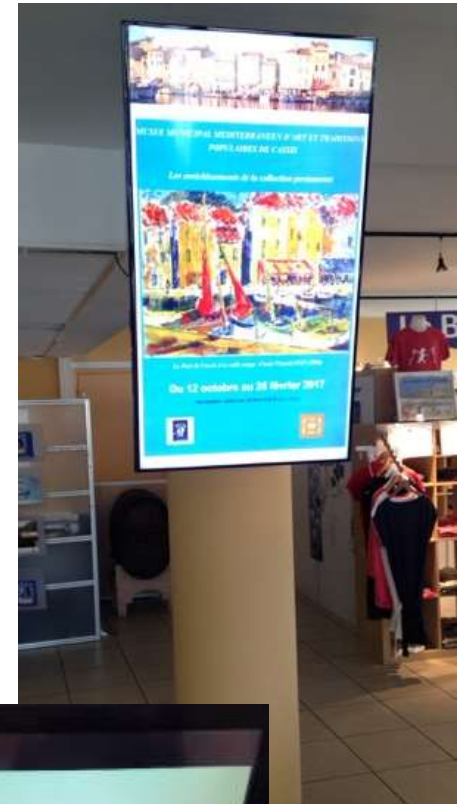


*Analyse faite à partir de Gaïa

L'ACCUEIL NUMÉRIQUE SUR LE PORT

L'accueil traditionnel est complété par un accueil numérique.

- un écran central qui se substitue à l'affichage papier;
- un écran en vitrine pour les disponibilités hôtelières et les informations pratiques;
- deux écrans clients pour que les conseillers puissent appuyer visuellement les propositions d'activités et d'hébergement.



LES GORQUETTES

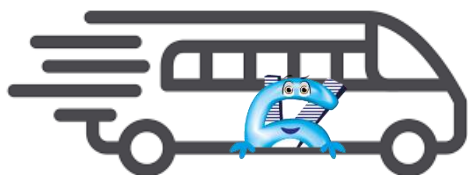
Nouveauté
Ouverture le 1^{er} juillet 2016



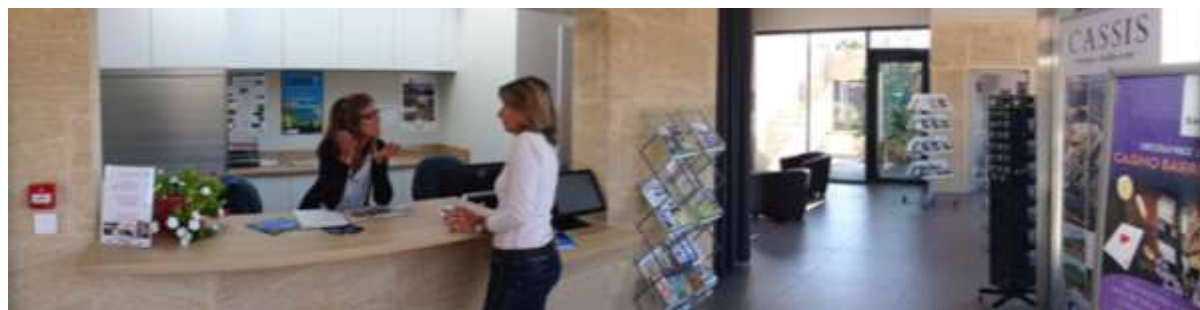
LES GORQUETTES



67 %
de clientèle
française
accueillies



82 939
Personnes + 5,22%
transportées en
centre-ville
depuis le Parking
des Gorguettes





CLASSEMENT DES MEUBLES



1



8



19



5

En 2016, l'Office a classé 33 meublés
Chiffre d'affaires : 3 633,75 €



Participation au Club des Référents meublés : Echange
d'expériences avec 6 Offices de Tourisme du Var



PROVENCE · MÉDITERRANÉE

LE BONHEUR HAUTE DÉFINITION

L'AUTOFINANCEMENT





LA BOUTIQUE



50 058,71 €
 de chiffre
 d'affaires



6 103
 produits
 vendus



12,81 €
 de panier
 moyen
 avec
 billetterie

TOP 3 des ventes

Carte IGN Les Calanques	1 785	16 957,50 €
Topo Les Calanques à pieds	236	3 304,00 €
Magnets rectangles visuel Cassis	353	1 266,48 €



LES BILLETTERIES DE LA BOUTIQUE



30 122,00 €
 de chiffre d'affaires



1 100,00 €
 de chiffre d'affaires

50
 places

+17 %

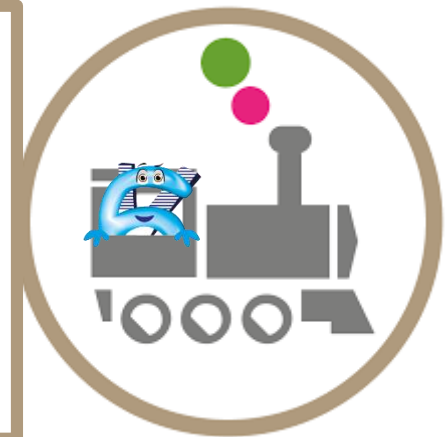


-17 %

29 022,00 €
 de chiffres d'affaires
 4 430 places vendues
 497 enfants
 3 933 adultes



Cette baisse est due aux conditions météo (en effet il y eu peu de sorties en bateaux annulées) et à la réglementation sur l'ouverture des Calanques qui a évolué. De plus, le Petit train a arrêté son activité plus tôt en raison des travaux.

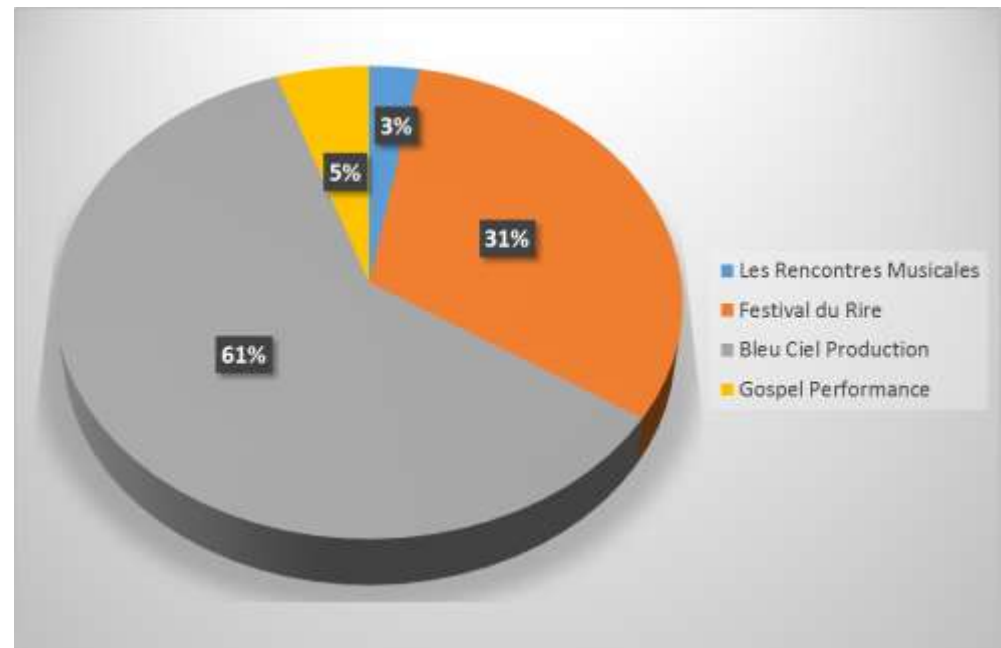


LES BILLETTERIES VIA LA CENTRALE DE RÉSERVATION NOUVEAU SERVICE

Nous proposons une prévente de billetterie aux organisateurs de concerts et spectacles

4 évènements :

- ✓ 1 concert de musique classique
- ✓ 1 concert Moses/Manoukian
- ✓ 1 concert de Gospel
- ✓ 2 spectacles one man show



LE LEVANTIN

4 sorties : le 28 juillet, les 4, 11 et 18 août

Un départ à 19h30 du Port de Cassis - animation à bord

Un total de 388 personnes



23 791,00 €
de chiffre d'affaires



Avis Client :

« Des gens sympas et efficaces, des offres d'activités supers, nous reviendrons. »

« L'accueil, l'équipage et le repas sont très satisfaisant »

JAZZ SUR LE TOIT

5 soirées : le 10, 24 et 31 juillet, les 7 et 14 août

Un total de 1 053 personnes



19 615,49 €
de chiffre d'affaires

Une nouvelle
formule
commercialisée
par la centrale
de réservation.

Avis Client :

- « Très bon accueil »
- « Excellent »
- « Très bon orchestre de Jazz »



LES VENDANGES ÉTOILÉES



17 491,00 €
 de chiffre d'affaires



103 personnes
 accueillies
 Cours de cuisine adultes



42 personnes
 accueillies
 Cours de cuisine enfants

359 personnes
 accueillies
 Soirée « Le Jardin sous les
 Etoiles »



185 personnes
 accueillies
 Soirée « des Etoiles et des
 Chefs »



Les Vendanges Etoilées à l'école

5 classes accueillies en cours
 de cuisine



Les cantines
 chics



Le concours des écoles

Avis Client :
 « Cassis est un lieu magique »





LES VISITES GUIDÉES



54
Visites



4 453,00 €
de chiffres
d'affaires



Nouveauté 2016:

- Des nouvelles visites:
 1. Artisanat et Gastronomie
 2. En trottinette
- Pour les enfants Jeu de piste sur le thème des Pirates
- Partenariat

PASS
MY PROVENCE



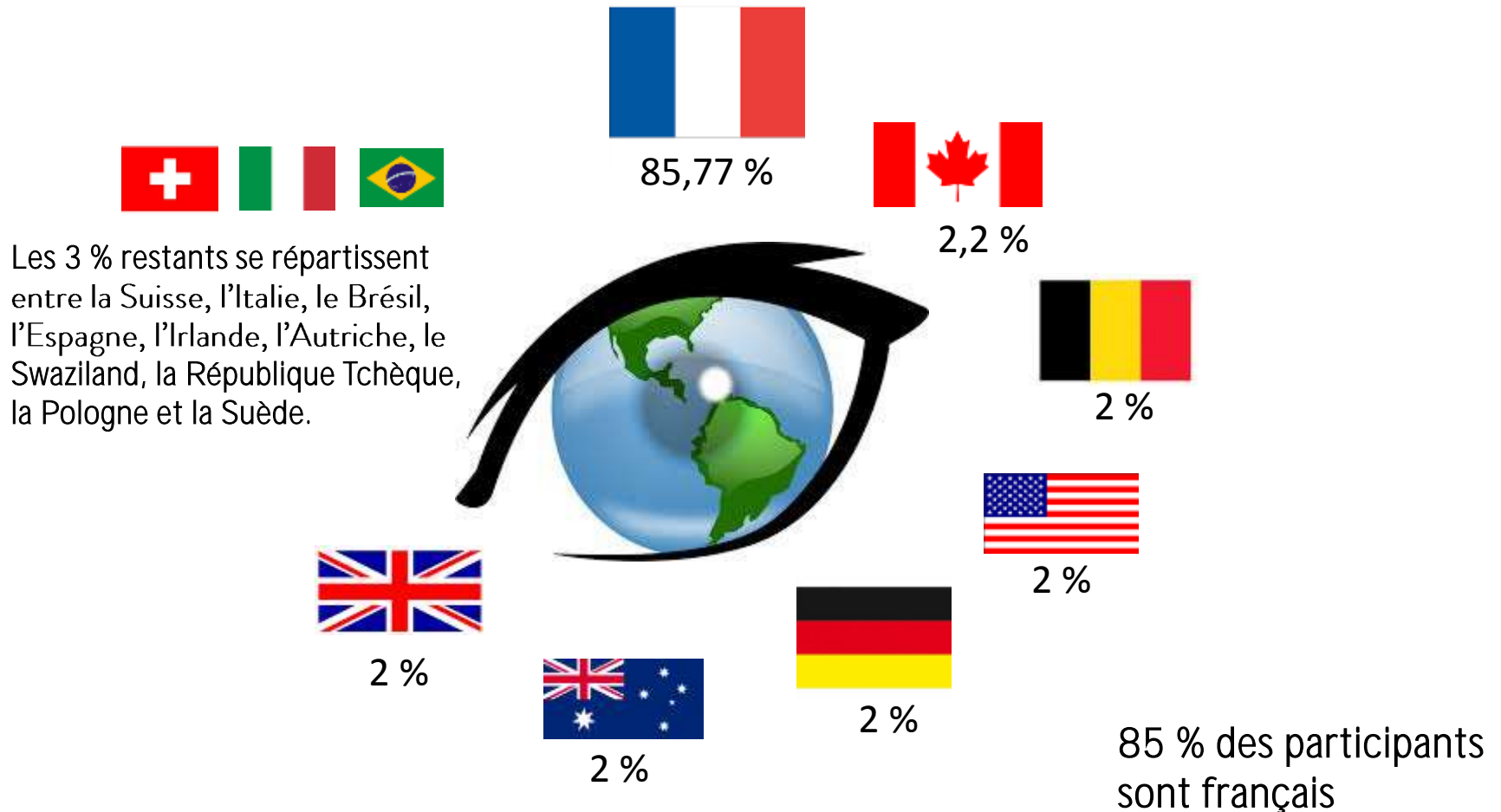
675
Visiteurs
individuels



22
Visites
pour groupes



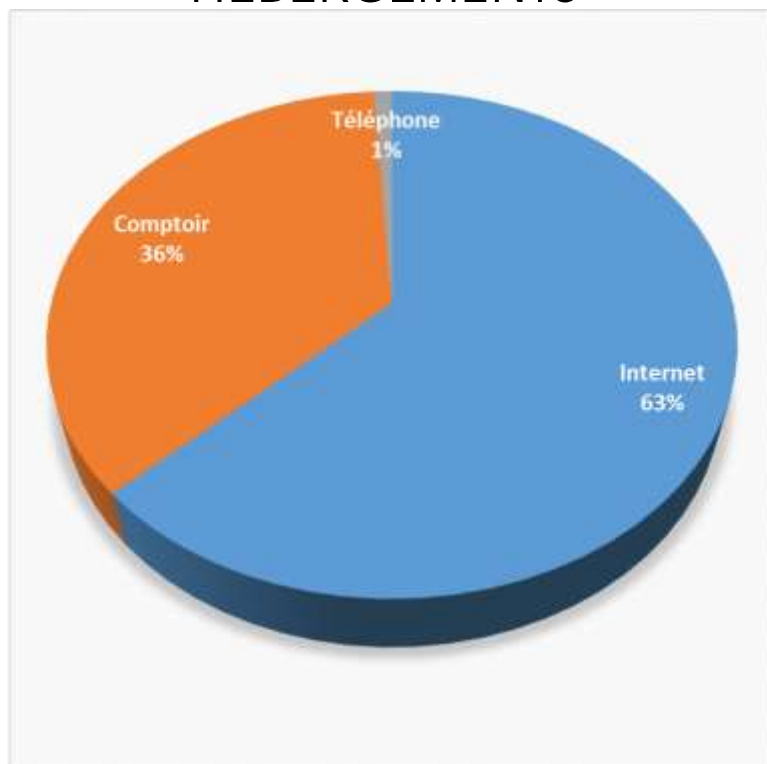
LES VISITES GUIDÉES : LES ORIGINES GÉOGRAPHIQUES





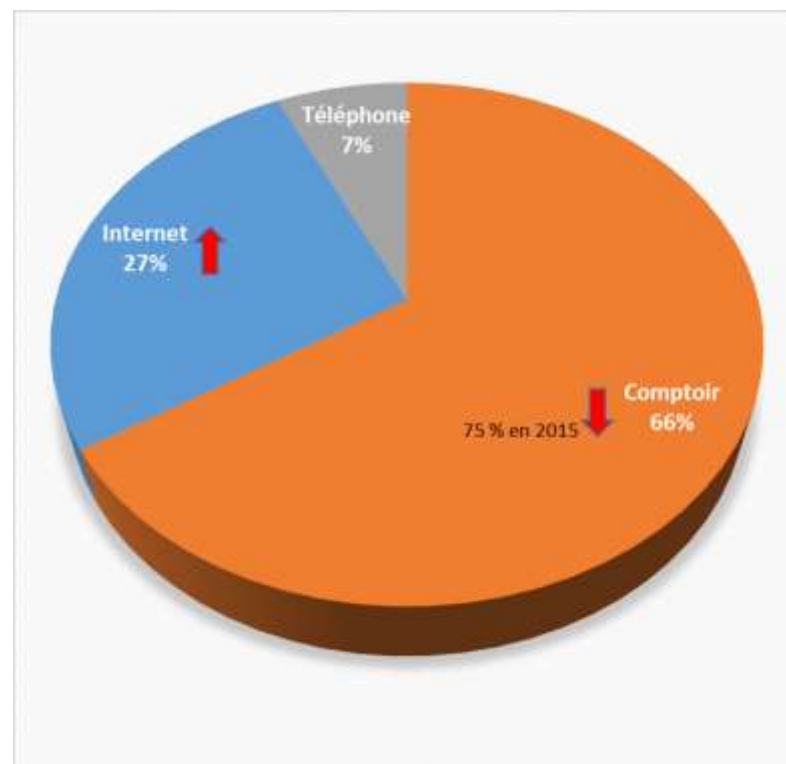
LA CENTRALE DE RÉSERVATION : MODES DE CONTACTS

HEBERGEMENTS



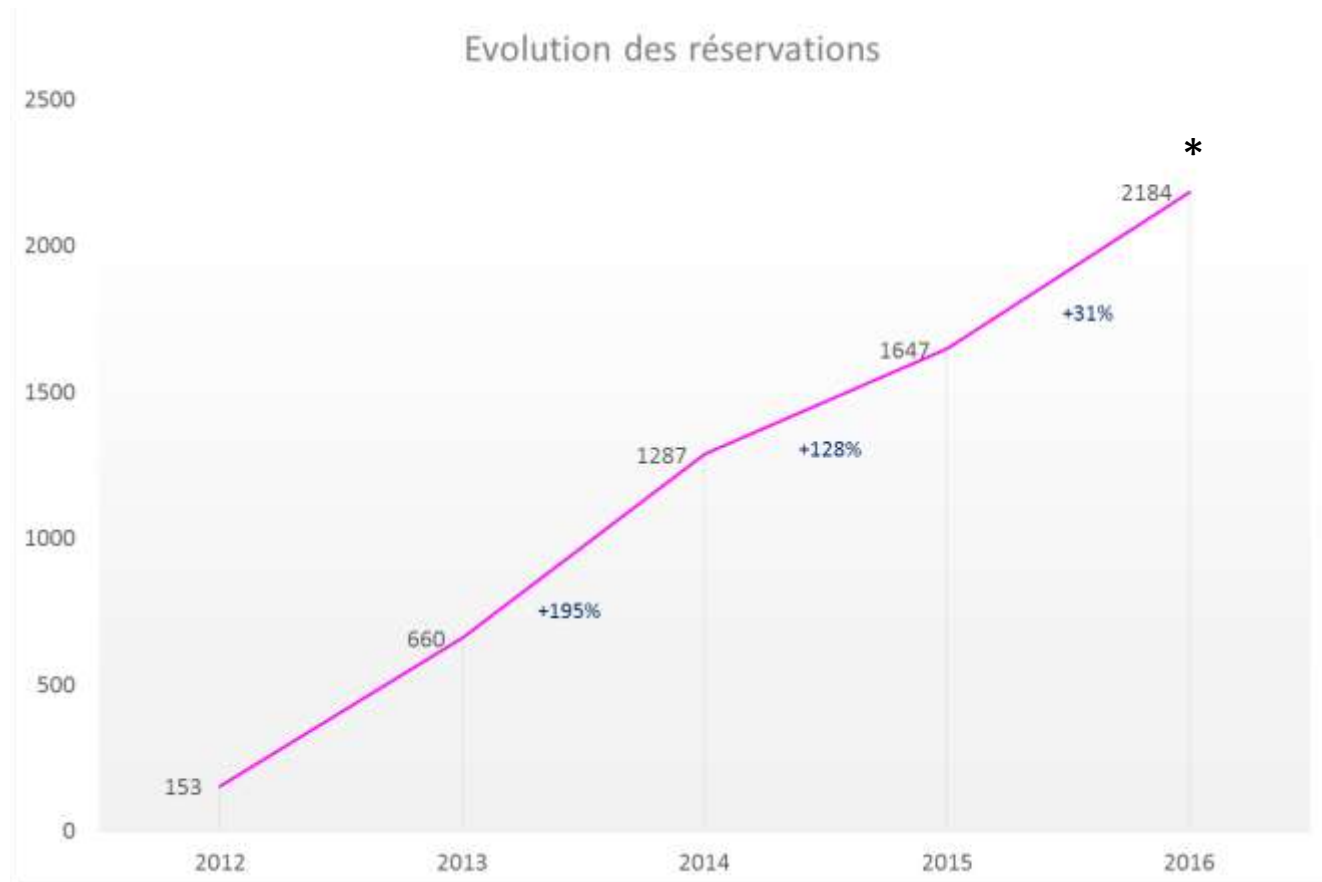
La vente sur internet progresse de 1 point par rapport à 2015

LOISIRS



La vente sur internet progresse fortement

LA CENTRALE : ÉVOLUTION DES RÉSERVATIONS



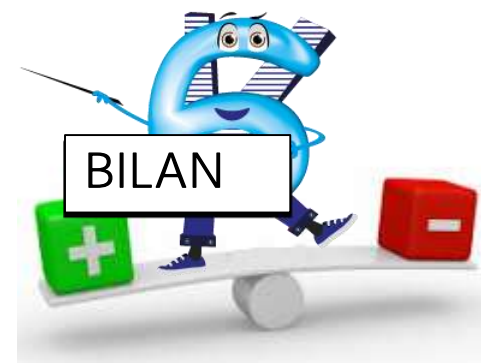
LA CENTRALE : BILAN DÉTAILLÉ EN NOMBRE DE DOSSIERS

Nombre de dossiers confirmés	2012	2013	2014	2015	2016
HOTELS	143,00	554,00	580,00	575,00	422,00
CHAMBRES D'HOTES	10,00	56,00	53,00	46,00	37,00
VISITES	-	50,00	625,00	1 019,00	1 662,00
HEBERGEMENT COLLECTIF	-	-	4,00	7,00	-
ACTIVITES CONGRES	-	-	25,00	-	63,00
TOTAL	153,00	660,00	1 287,00	1 647,00	2 184,00



LA CENTRALE : BILAN DÉTAILLÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES

	2013	2014	Evolution	2015	Evolution	2016	Evolution
	CA	CA		CA		CA	
HOTELS	106 787,00	126 803,00	19%	127 982,00	1%	98 343,00	-23%
CHAMBRES D'HOTES	11 994,00	10 909,00	-9%	14 966,00	37%	8 876,00	-41%
VISITES	1 253,00	29 987,00	2293%	55 228,00	84%	92 595,00	68%
HEBERGEMENT COLLECTIF		899,00		1 453,00	62%	-	
ACTIVITES CONGRES		855,00		-		2 200,00	
TOTAL	120 034,00	169 453,00	41%	199 629,00	18%	202 014,00	1%



LES GROUPES



171
dossiers



313 959 €
de chiffre
d'affaires

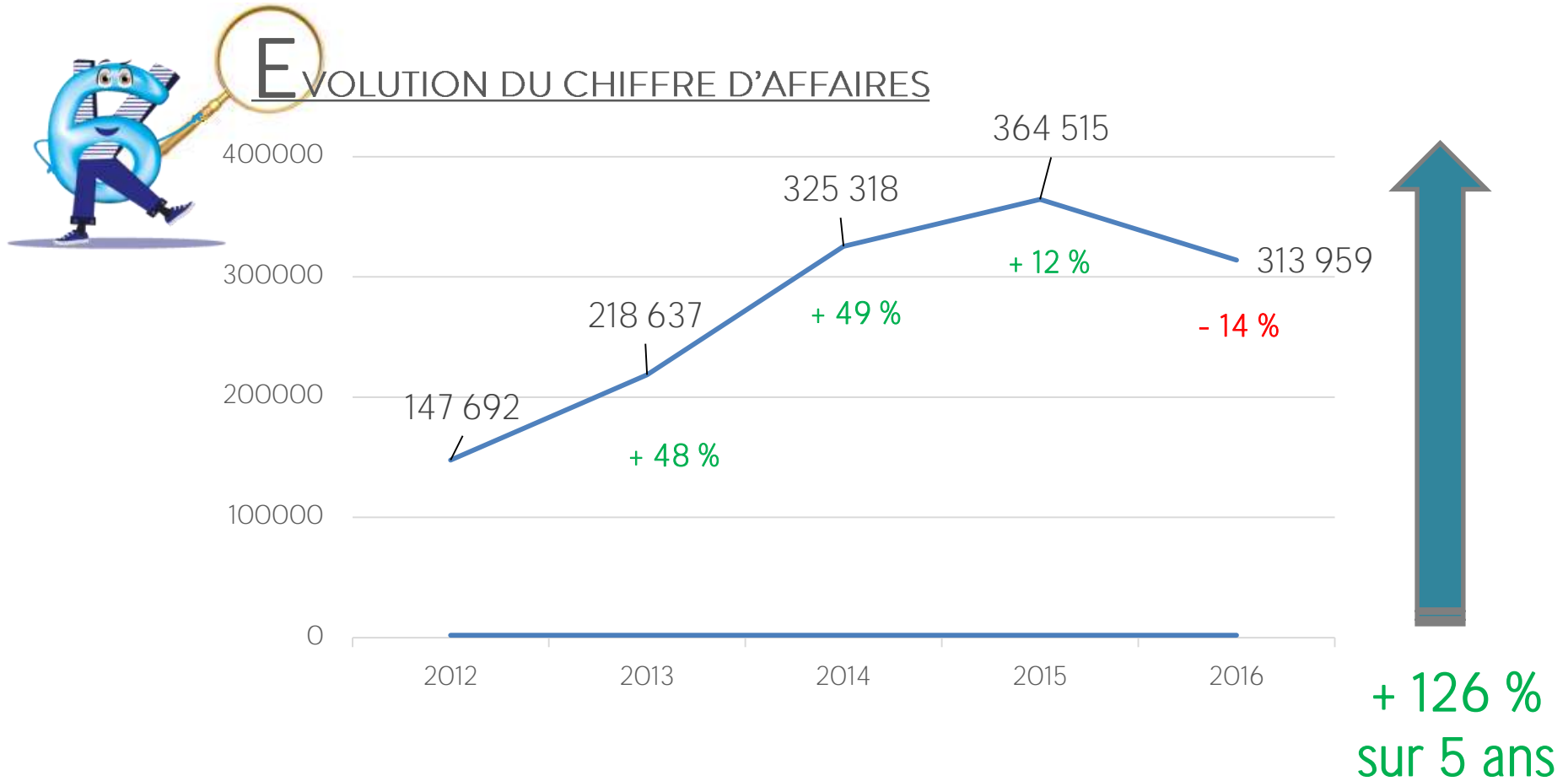


50 €
de panier
moyen

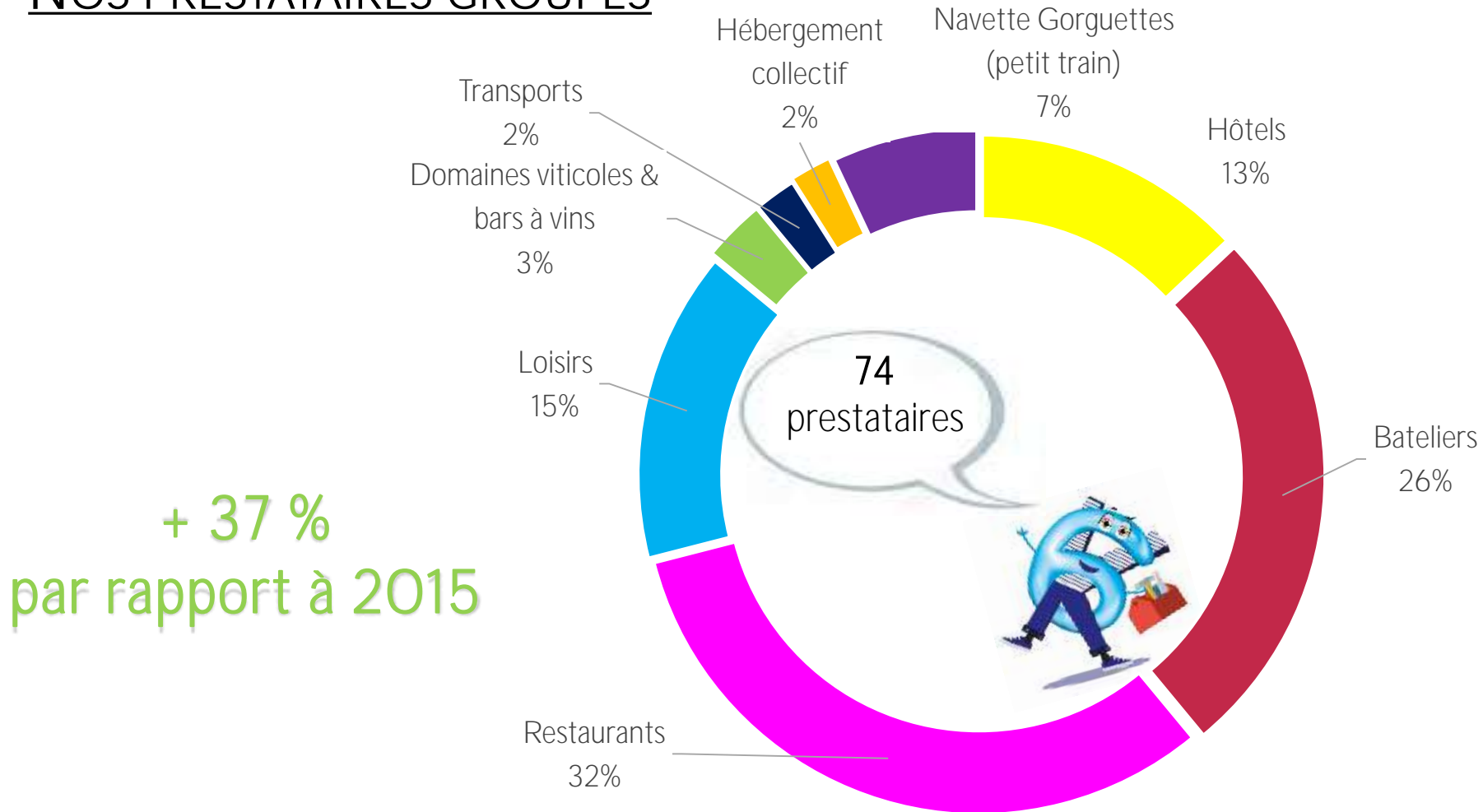
Un taux de concrétisation ≈ 51 %



LES GROUPES

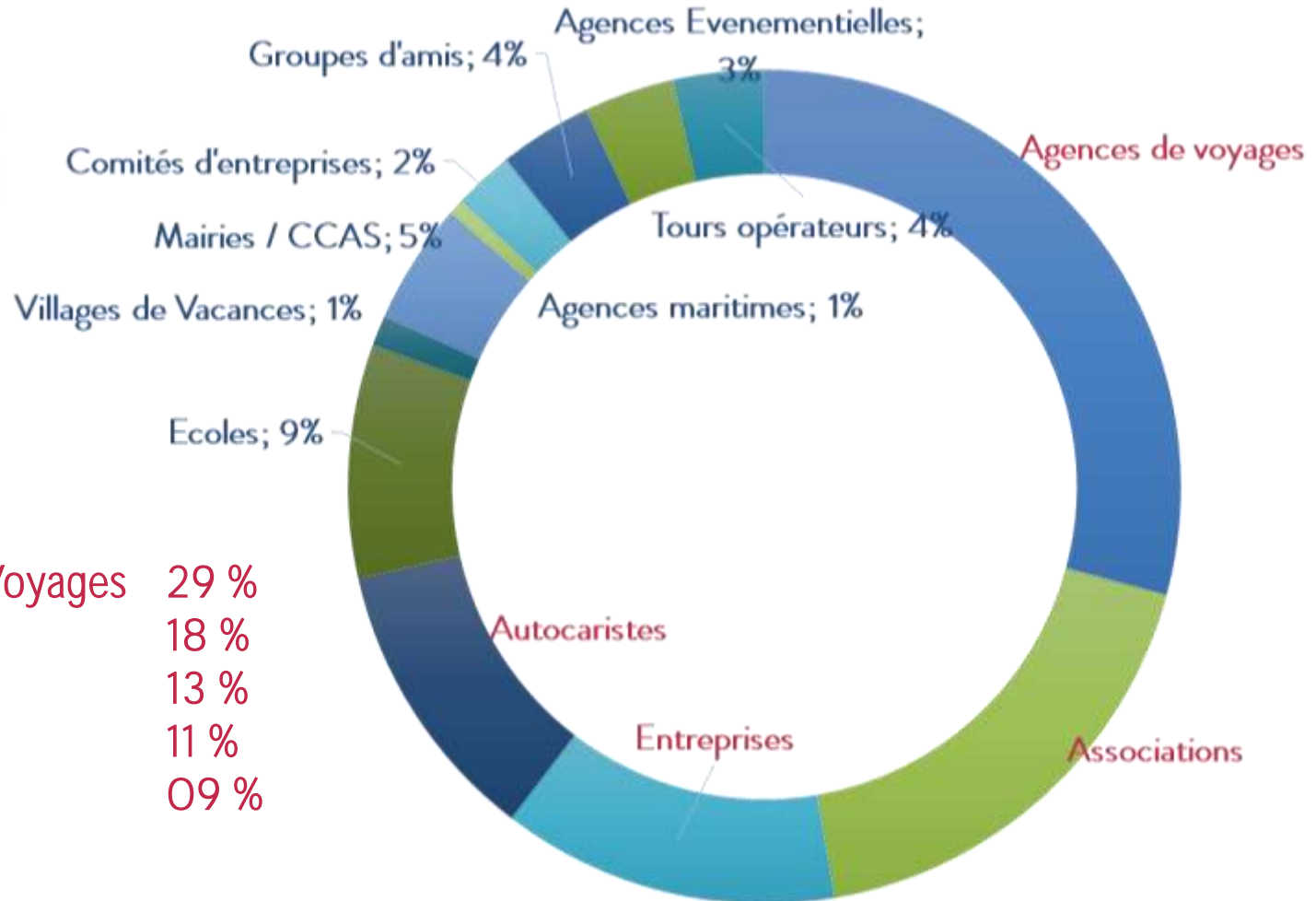


NOS PRESTATAIRES GROUPES



+ 37 %
par rapport à 2015

NOS CLIENTS GROUPES



- 1^{er} : Agences de Voyages 29 %
- 2^{ème} : Associations 18 %
- 3^{ème} : Entreprises 13 %
- 4^{ème} : Autocaristes 11 %
- 5^{ème} : Ecoles 09 %



LA PROVENANCE GÉOGRAPHIQUE DE NOS GROUPES



DE LA CLIENTÈLE
INTERNATIONALE

EN 2015

78 % CLIENTS FRANCE

22 % CLIENTS INTERNATIONAUX



EN 2016

67 % CLIENTS FRANCE

33 % CLIENTS INTERNATIONAUX



1

PACA

2016

39 %

N-1



2

ÎLE DE FRANCE

20 %



3

AUVERGNE R-A

17 %



4

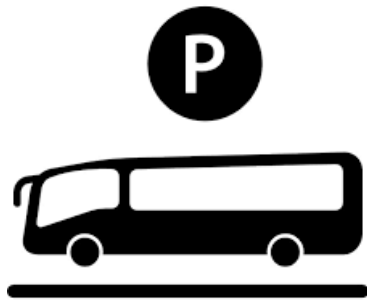
OCCITANIE

10 %





LES TRANSFERTS NAVETTES POUR LES GROUPES



1 406 bus - 1,82 %
48 507 passagers - 5,88 %



176 273,73 €
de chiffres d'affaires HT

Malgré cette baisse de la fréquentation, il faut souligner que c'est la 1ère année où ce service s'équilibre, avec un excédent de 2 261,36 € HT

Ce service est également vendu dans le cadre de package groupes et génère un CA complémentaire de 18 059 € HT

- Un service qui fonctionne du 1^{er} mai 30 septembre
- Un accueil café pour les chauffeurs
- Une rotation avec jusqu'à 4 petits trains
- Mise en place de documents informatifs en plusieurs langues
- Billetterie en ligne et sur place
- Juin et septembre sont les mois les plus fréquentés
- 32 % des passagers sont des croisiéristes



LES CROISIÉRISTES : NOS ACTIONS

- ✓ Présence sur deux salons professionnels (Top Cruise & le workshop de la croisière)
- ✓ Contact permanent avec tous les agents maritimes programmant Cassis (5 à 7 compagnies)
- ✓ Accueil personnalisé des bateaux de croisière en rade de Cassis
- ✓ Un document multilingue dédié aux croisiéristes en excursion sur Cassis
- ✓ Un engagement permanent auprès du Club de la Croisière (*édition d'un manuel des ventes sur notre destination avec informations techniques et pratiques pour un mouillage en rade de Cassis, descriptif de Cassis sur le passeport de la croisière*)
- ✓ Des eductours sur Cassis pour étoffer l'offre des agents maritimes.





LES CROISIÉRISTES : LES ESCALES EN RADE

En 2016, 4 ESCALES EN RADE DE CASSIS

- 17/05 – SEADREAM 1 – 63 passagers
- 19/07 – AZAMARA JOURNEY – 662 passagers
- 29/09 – CRYSTAL SYMPHONY – 845 passagers
- 22/10 – SEADREAM II – 103 passagers

ET 3 ESCALES ANNULEES

- 23/04 – AZAMARA JOURNEY – Météo défavorable
- 20/09 – SEA DREAM I – Météo défavorable
- 31/10 – SEA DREAM I – Problème technique

L'Office de Tourisme propose un accueil personnalisé à bord des bateaux de croisière.

Il coordonne également l'acheminement des passagers vers leurs lieux d'excursions.



LA PROMOTION : LES WORKSHOPS



CLUB DE LA CROISIÈRE
TOP CRUISE



BEST OF PROVENCE LONDRES



LES SALONS PROFESSIONNELS

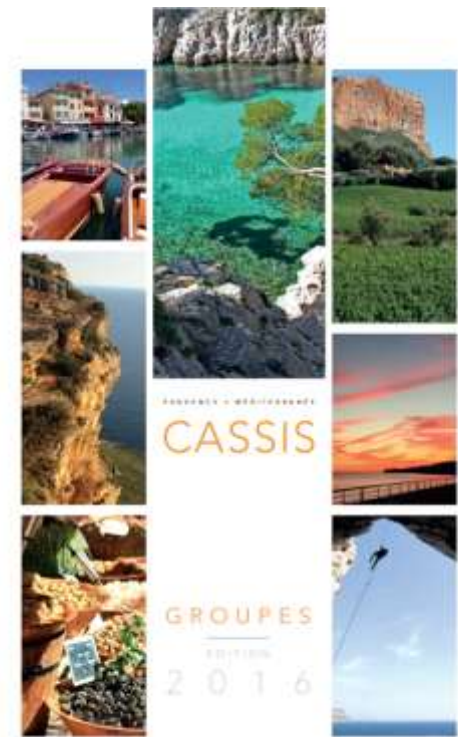
RENDEZ-VOUS EN FRANCE -
MONTPELLIER



LES EDUCTOURS PROFESSIONNELS

- ✓ AGENCES MICE avec l'InterContinental (marché CHINE)
- ✓ CARNIVAL US avec Intercruises (marché AMERIQUES NORD ET SUD)
- ✓ SCANDINAVIE HAUT DE GAMME (marché EUROPE DU NORD)
- ✓ AGENTS DE VOYAGES (marché ALLEMAGNE)
- ✓ FRENCH TRAVEL PARTNERS (marché ASIE, EUROPE DU NORD, USA)
- ✓ MARCO POLO INTERNATIONAL (marché CHINE)





LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

DOCUMENT CROISIERISTES

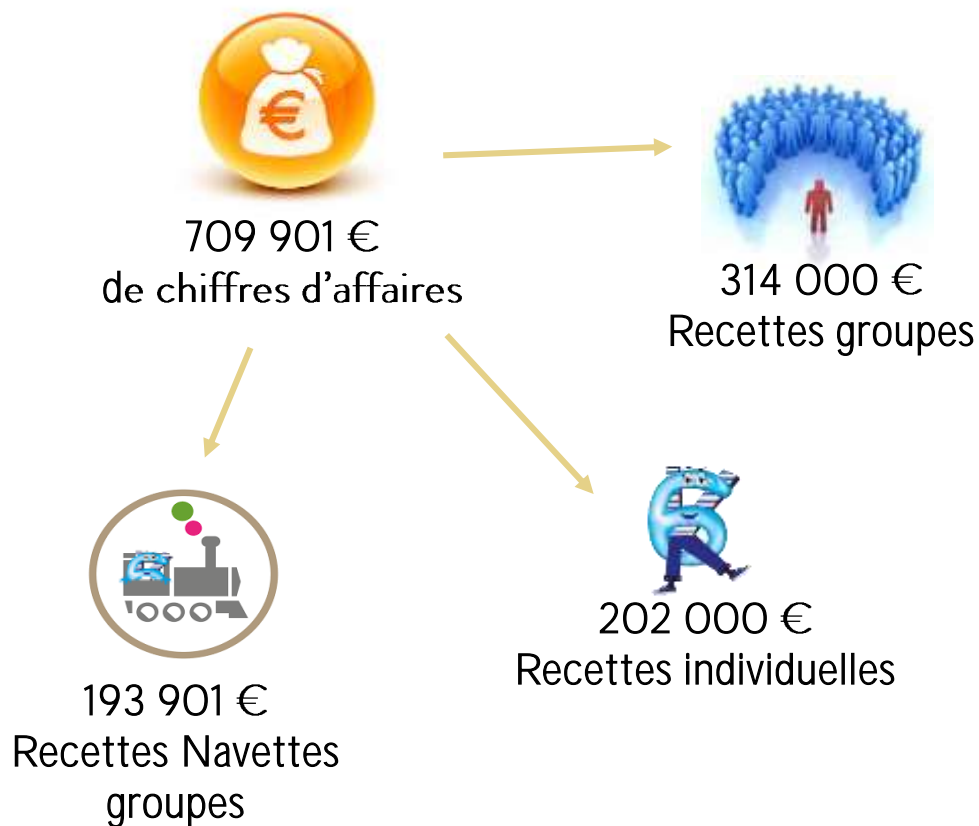
- ✓ Destinés aux clients nationaux et internationaux en excursion sur Cassis pendant leur escale sur Marseille ou La Seyne.
- ✓ Document multilingues (FR, GB, ESP) en 10 000 exemplaires



BROCHURE GROUPE

- ✓ Editée en 2 500 exemplaires
- ✓ 2 000 exemplaires envoyés par courrier à notre fichier qualifié
- ✓ 500 exemplaires distribués en salons, workshops, eductours et à l'Office

GLOBALEMENT LE SERVICE COMMERCIAL, C'EST :



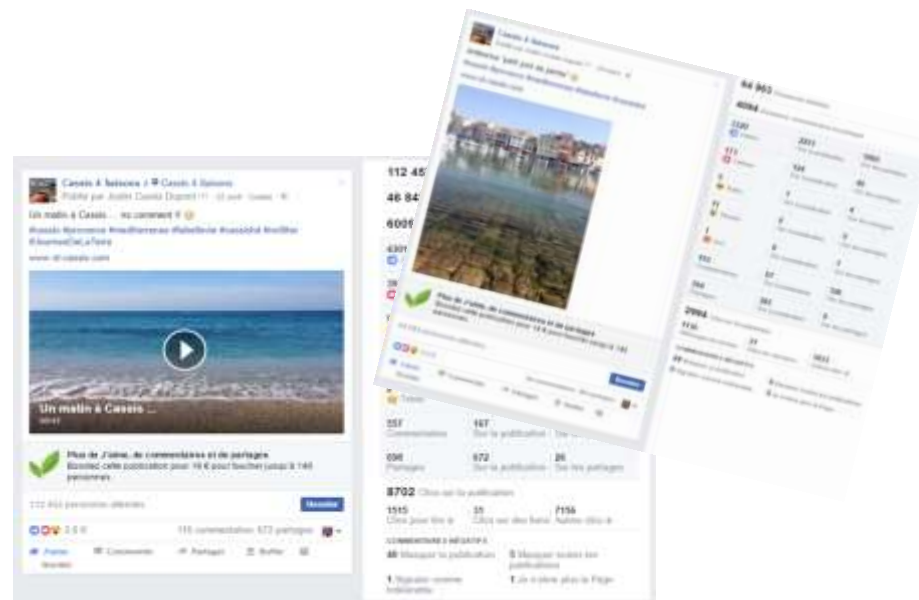
3 collaborateurs dédiés à l'accueil et à l'information de ces clientèles, à l'organisation de séjours et à la promotion de notre destination en France et à l'international.



LA COMMUNICATION



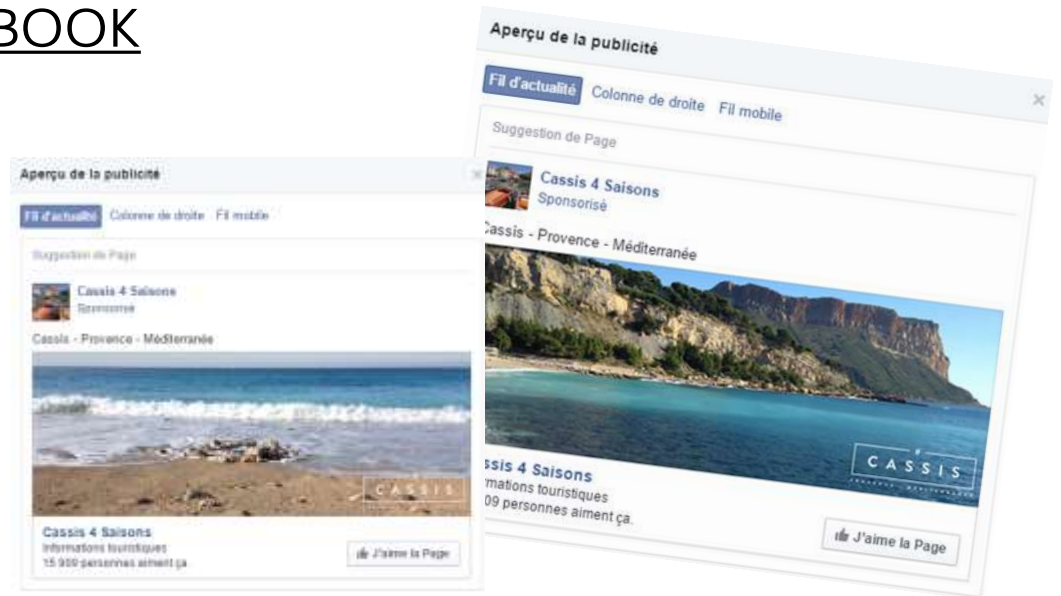
LE NUMÉRIQUE : FACEBOOK



Le top 5 - page Facebook Cassis4Saisons

	type	personnes atteintes	réactions	j'aime	commentaire	partages
22/04/2016	vidéo	112452	6009	4756	557	698
29/03/2015	photo	64963	4094	3510	193	394
23/06/2016	vidéo	61396	3841	3212	209	423
10/05/2016	photo	60750	4915	4069	340	508
20/06/2016	photo	60006	5068	4225	197	650

LE NUMÉRIQUE : FACEBOOK



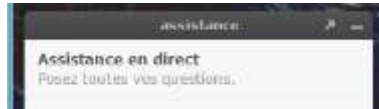
Publicités : Campagnes de recrutement de fans

	Début	Fin	Budget	Likes	Portée
Remarketing Ingénierie 1	11/03/2016	14/03/2016	50	44	751
Remarketing Ingénierie 2	18/03/2016	20/03/2016	50	26	830
Audience similaire du site Internet	24/03/2016	27/03/2016	100	608	27644
Pâques	24/03/2016	11/05/2016	450	3536	118376
Avant période estivale	08/06/2016	09/07/2016	500	3079	61648
Fin période estivale	04/08/2016	18/08/2016	200	1418	41888
				8711	



LA REFONTE DU SITE INTERNET, NOUVELLES FONCTIONNALITÉS

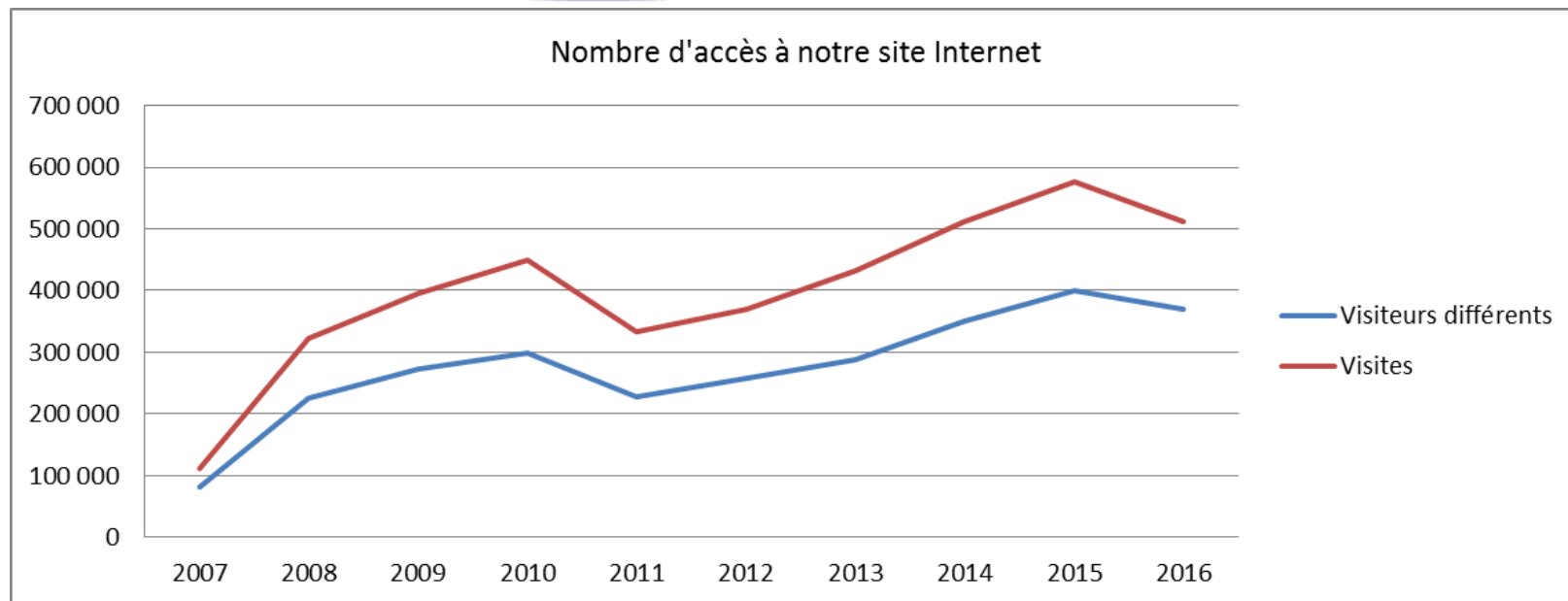
- Présentation graphique, ludique et interactive
- Responsive design
- Module Tchat
- Social wall
- Géolocalisation : vous êtes ici , trajet vers, distance vers, autour de moi... , liste par ordre de distance vers le POI, visite des Calanques (présentation ludique et interactive)
- Interaction avec toutes les fonctionnalités de Patio (visuels haute définition, géolocalisation, tags, click-to-call)
- Univers affinitaires (gestion par tags dans Patio)
- Traçage des visiteurs du site
- Chaque service est indépendant pour la mise à jour de sa rubrique
- Rédactionnel web adapté
- Mise en place d'une nouvelle newsletter pour les professionnels



LA FRÉQUENTATION DU SITE INTERNET



369 500
visiteurs
Dont 46 % sur mobiles
et tablettes



LES RELATIONS PRESSE



160

Accueils presse et
aides techniques



2 Voyages de presse

Bell'Europa 

Viajar 

La presse française reste majoritaire.
L'Europe avec l'Allemagne et la Grande
Bretagne est bien représentée.

LES RELATIONS PRESSE



2 Rencontres presse

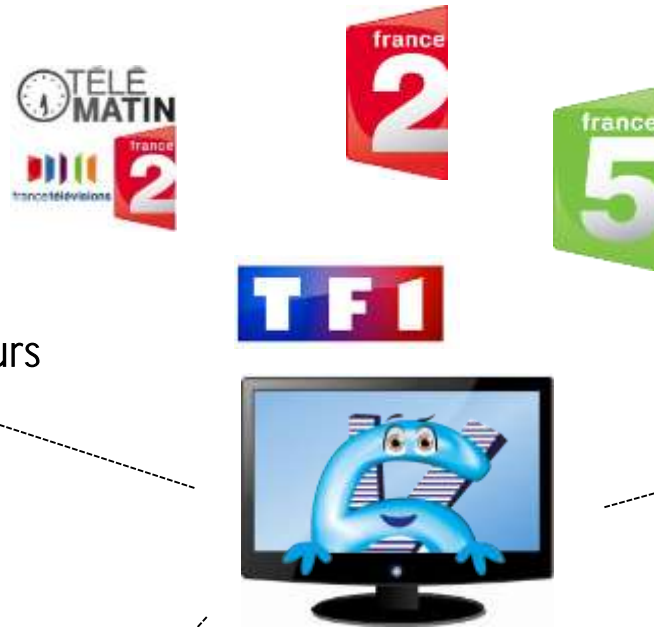


Février : une rencontre presse avec des journalistes spécialisés tourisme



Juin : rencontre presse a été organisée dans le cadre du lancement de la nouvelle ligne Marseille Hambourg à Hambourg en partenariat avec le Cluster Littoral.

LES PRINCIPAUX REPORTAGES TV



France 2 Télématin
2 sujets de 6 minutes
1.21 million de téléspectateurs
en moyenne

France 2
13h : sujet de saison
« vive les vacances à
Cassis et les Calanques
en VTT »

JOURNAL DE 13H
5 millions de téléspectateurs
en moyenne
3 sujets

La Maison France 5
Un sujet de 50 minutes
entièrement dédié à
Cassis



LES PRINCIPAUX REPORTAGES RADIOS



NOUVELLE ÉMISSION
 Du lundi au vendredi à 10h45

Sur les routes de Provence avec Guilhem Ricavy

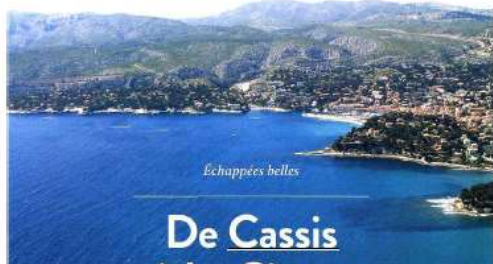
Podcasts iTunes RSS

A bord de sa 4L bleue aux couleurs de France Bleu Provence, le journaliste Guilhem Ricavy part à la rencontre des provençaux : artistes, personnalités atypiques, et autres personnages singuliers que Guilhem embourge aussi à bord de ses véhicules. Des rencontres à écouter du lundi au vendredi à 10h45.

Une série de 5 émissions / interviews sur Cassis diffusées du 5 au 9 sept à 9h et 16h
 Les sujets : Le Musée, histoire et archéologie, le vignoble et les vendanges, les visites guidées...



QUELQUES ARTICLES



Echappées belles

De Cassis à La Ciotat

Intégrées au parc national des Calanques, Cassis et La Ciotat s'affirment grâce à leur authenticité. Des domines de vin AOC aux calanques du Figuerolles et du Magel, elles offrent toujours une belle alternative au tourisme massifié. Culmine à 360 mètres de hauteur, la route des Crêtes relie ces deux villes. Son panorama à couper le souffle est sans aucun doute un des plus beaux de la région.



C'est que les baigneurs qui l'ont... (Text continues in columns)

de son côté, les figures... (Text continues in columns)



Magazine de Voyages haut de gamme Ici et ailleurs 50 000 ex Parution en janvier

LA CIOTAT, CASSIS ET SAINT-RÉMY-DE-PROVENCE

Des calanques aux Alpilles : la grande évasion provençale

Pétanque et amis à La Ciotat. Blancs minéraux et iodés à Cassis. Gambetta limoné sur les terrasses de Saint-Rémy... Des calanques aux Alpilles, la Provence éternelle.



Lesols ? Une carte postale un poil tropétienne avec son joli port de pêche et des vignes en terrasses qui donnent des roses et blancs minéraux et iodés

Sous ces platanes centenaires sont nés les pieds tannés. Inventée en 1907 par Jules dit le « Noir », un retraité perché de rhumatismes, la pétanque, avec les pieds collés au sol, supplante...

prime, la vue sur le Cap Canaille, la plus haute falaise d'Europe, derrière laquelle se cache sa grande source, plus tropézienne.

Toute la garigue dans un verre de vin

Cassis ? Une carte postale avec son joli port de pêche dominé par un château 5 étoiles et des vignes en terrasses qui donnent des roses et blancs minéraux et iodés. Laissez-vous guider par Harle-Salé sur son Clos Saint-Magdeleine. Elle vous racontera le rustique bourboulenc, les saveurs d'agrumes de l'agne avant de s'élever ses oeufs en bûche où les lies toujours en mouvement offrent du gras et de l'herbace à sa cuve « Belle Amie » toute la garigue dans un verre de vin ! Profitez-en pour déjeuner en contrebass sur la terrasse de la Villa Madie, 24 toiles Michelin qui propose un imbatable menu limoné à 37€ avec une panoramique de mer et d'azur.

Et la pétanque, c'est un théâtre à ciel ouvert. St. Gérard-Saint, président du mythique Club lesols de La Ciotat

délimité les conversations et les Pas à Feu, parisi et Gambetta limonés. De quoi prendre la route de Tarascon pour une « croisière à la Soubise » dans le superbe hôtel d'Amilly. Le musée Soulelado est un hymne à l'identité du Sud. Depuis sa reprise par Daniel Richard, cette manufacture de tissus provençaux fait toujours valser les motifs dans une frénésie de couleurs pour le prêt-à-porter féminin, les chemises pour hommes et les arts de la table.

À SAVOIR
Provence: mprovence.fr
La Ciotat: De la pétanque jusqu'à la cuisine: laociotat.fr
Cassis: et-cassis.com
Saint-Rémy-de-Provence: saintremy-de-provence.com
Tarascon: tarascon-tourisme.com
Monte Soulelado à Tarascon: soulelado.com



QUELQUES ARTICLES



Magazine
Maxi

1 million
exemplaires

Parution au
printemps

QUELQUES ARTICLES



Var matin les Calanques de Cassis mai

LES INSERTIONS PUBLICITAIRES

ON AIME...

DÉCOUVRIR AUTREMENT CASSIS ET SES ENVIRONS

- Villages pittoresques du littoral
- Villages-origines tous au sein des domaines
- Circuit en vélo électrique vers les vignobles
- Équipement complet de tout du matériel des Canyons, VTT, escalade
- Les Yacht Clubs, les clubs privés, les clubs de voile en location à louer abordable

ON ADORÉ...

PARTAGER DES COUCHERS DE SOLEIL UNQUES

- 200 ans de soleil - les dimanches de 10h à 18h
- Effers d'exception sur le canal carantier - La Limentière - dans le cadre de Cassis, le plus de l'histoire

100 photos, 100 cartes, 100 plans, 100 infos.
 100 photos, 100 cartes, 100 plans, 100 infos.
 100 photos, 100 cartes, 100 plans, 100 infos.



La Provence
 Pays : France
 Périodicité : Quotidien
 CUD : 124880

Date : 18 JUIL 18

Page 171

Un Cassis gourmand à (re)découvrir

Cet été, paysages d'exception se marient aux dégustations

LES EXCLUSIONS ET LES DÉGUSTATIONS

Les meilleurs moments sont réservés aux privilégiés. Les exclusions et les dégustations sont au rendez-vous de l'été. Les exclusions sont au rendez-vous de l'été. Les dégustations sont au rendez-vous de l'été.

DES VISITES GUIDÉES ET GOURMANDES

Pour le premier tour de l'été, les visites guidées et gourmandes sont au rendez-vous de l'été. Les exclusions et les dégustations sont au rendez-vous de l'été.

JAZZ SAVOUREUX

Les clubs de jazz sont au rendez-vous de l'été. Les exclusions et les dégustations sont au rendez-vous de l'été.

Le Guide de l'été

Le rendez-vous culture et loisirs en Provence

Tiré à 248 350 exemplaires

Diffusé

avec le TV magazine et le Version Fémina

dans les Offices de Tourisme

en présentoirs sur les parkings et sur les golfs

Durée de vie : 2 mois

Cible : CSP +

½ page parue fin juin

Le Journal de l'été de la Provence :

Diffusé à 100 000 exemplaires

1 pleine page

Un Cassis gourmand à redécouvrir

Parution en juillet

LES INSERTIONS PRESSE



LES VENDANGES étoilées CASSIS

3 JOURS DÉDIÉS À LA GASTRONOMIE & AUX VINS DE CASSIS

- 35 grands chefs
- 30 producteurs et artisans d'art
- 2 soirées sous les étoiles
- 30 shows-cookings
- Marché des producteurs
- Cours de cuisine et de pâtisserie pour adultes et pour enfants

7^e ÉDITION
DU 23 AU 25 SEPTEMBRE 2016

RÉSERVATIONS
www.les-vendanges-etolées.com
Les Vendanges Etolées Cassis
Office de Tourisme de Cassis 08 92 39 01 03
www.ot-cassis.com

ac 1116 16/09/2016 10:00:00

Logos: Cassis, FÊTE DE LA GASTRONOMIE PROVENCE

Parution dans Marie-Claire début septembre
Spécial PACA 300 000 lectrices

LES ÉDITIONS



120 000
 exemplaires
 En 4 langues



67 000
 exemplaires
 En 5 langues
 64 pages



10 000
 exemplaires
 Toutes les activités et
 animations de l'été



LE CONTRAT DE DESTINATION

L'année 2016 :

- ✓ la réflexion sur la marque Provence
- ✓ C'est l'agence Dragon rouge qui a été retenue et qui a développé la marque en liaison avec le comité marque du contrat de Destination.
- ✓ Le dépôt de cette marque devrait être effectif dans les jours qui viennent
- ✓ Cette marque sera utilisée par les partenaires du contrat en signature





LE CONTRAT DE DESTINATION

L'année 2016, les premières réalisations :

- ✓ La conception et la réalisation d'une carte du contrat de destination Provence édité en
- ✓ la réflexion sur la mise en place du nouveau point information à l'aéroport Marseille/Provence.
- ✓ Une campagne de communication avec Expédia en Grande Bretagne sur la fin de l'année

De nombreuses actions déjà programmées pour 2017 : lancement de la marque le 25 avril à Marseille et à Paris, création d'un portail web, quinzaine de promotion à Montréal en juillet dans le cadre du Festival « Juste pour Rire ».....



LE CLUSTER LITTORAL



29 Adhérents

Le Cluster Littoral totalise 5 500 km de côtes littorales métropolitaines dont 1 948 km de plages répartis sur 26 départements et 883 communes.

Les séjours sur le littoral métropolitain représentent 1/3 des nuitées et ¼ de la consommation.

ACTIONS DANS LE CADRE DU CLUSTER LITTORAL : LES ACTIONS PHARES



Campagne digitale « Inspiration »

à l'attention de la clientèle
 néerlandophone

37 963 visites

Dont 1 601 visites sur Cassis



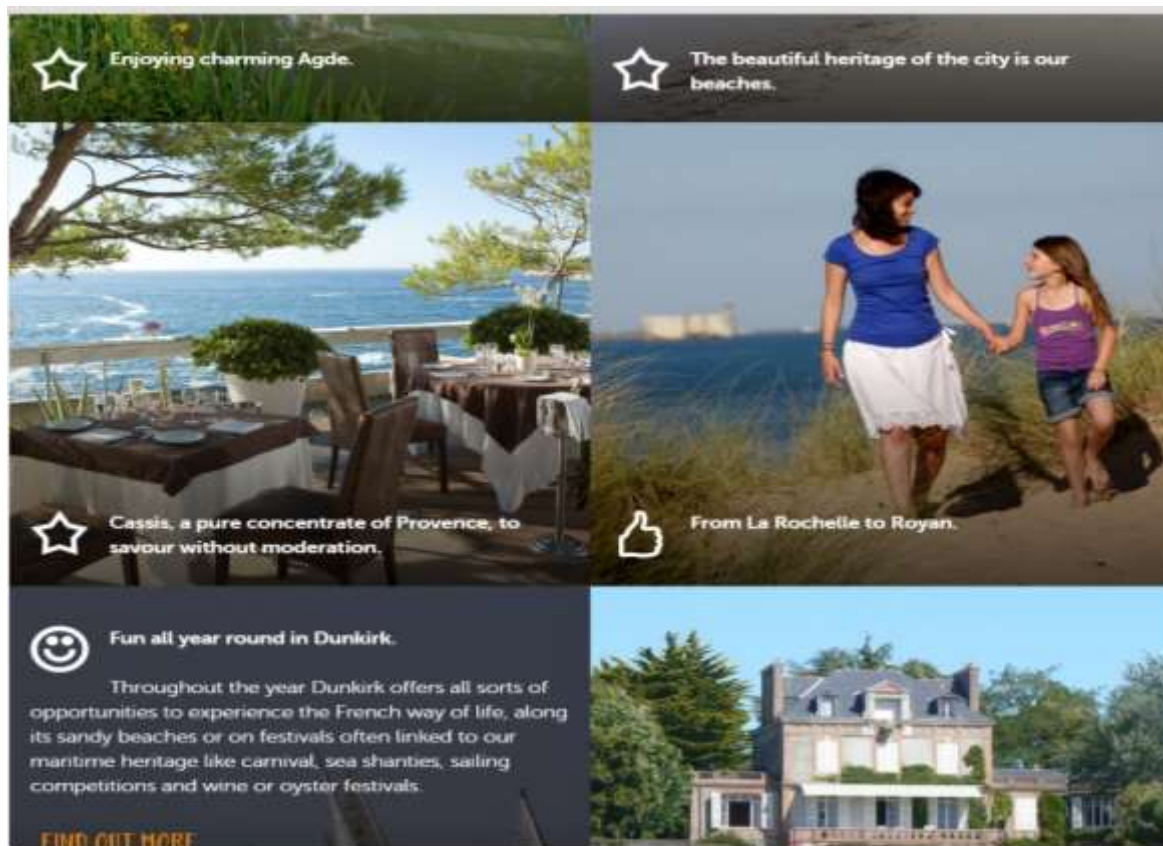
BILAN Événement presse et grand public
 « French Coast Summerlounge »
 Du 3 au 5 juin à Hambourg

- Diffusion de posts Facebook et Twitter
- Plus de 6 000 visiteurs accueillis
- 7 spots de radio
- 142 participants au jeu-concours
- 19 journalistes et influenceurs présents
- Des relais sur les réseaux sociaux des influenceurs et du grand public



CLUSTER LITTORAL : GRANDE BRETAGNE

Campagne What's your Tour de France



BILAN

- Section littoral : 21 163 pages vues / 3min06 de temps moyen passé par visite
- Affichage « Cross tracks » : portée de 348 000 contacts / portrait : portée de 585 000 contacts
- Newsletters 17 mars : 1 094 clics dont 15,5 % pour l'article littoral, taux d'ouverture 8.02 % / 14 avril dédiée : 1 383 clics, taux d'ouverture 8.39 %
- Bannière display : 429 158 impressions / 612 clics
- Campagne de référencement « search » : 161 813 impressions / 3 105 clics (taux de clic : 1,92 %)
- Post Facebook : 49 516 interactions
- Post Twitter : 5 563 interactions



CLUSTER LITTORAL

QUELQUES OUTILS



- Une application mobile**
« Rendez-vous sur les côtes françaises »
- 258 installations Android
 - 331 installations Apple



- Une brochure en ligne**
- Anglais, français, brésilien
 - FR : 1 884 visites
 - BR : 277 visites
 - EN : 844 visites
 - Un support pour les délégués sur opération



Projet artistique avec Maïa Flore :
Accueil de l'artiste Maïa Flore, pour apporter un regard nouveau sur le littoral, et en assurer une promotion moderne et originale.

Le Thème : Maïa se met en scène de station en station.

Sa vision inspirée, a permis de réaliser une campagne sur le littoral français inédite et de véhiculer une image totalement neuve et décalée.

Des capsules vidéos ont été réalisées par station, ainsi que 2 visuels.

ANIMATION DU RÉSEAU DES PROFESSIONNELS



Première
édition du
guide du
partenariat :
94
partenaires



Cap sur l'été
Lancement de la saison touristique,
le 29 mars



LA VIE DE L'OFFICE

Avec la création de la plateforme multimodale, l'Office y a, à compter du 1^{er} juillet 2016, installé une partie de son équipe dans les deux bâtiments.

- ✓ 1 bâtiment dédié à l'accueil ouvert du 1^{er} juillet au 30 septembre pour 2016, en 2017 il sera ouvert dès les vacances de Pâques.
- ✓ 1 bâtiment pour le service administratif et commercial à l'année.

