



PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

# RESTEZ CONNECTÉS

LES  
RENDEZ-VOUS  
DU CRT

# RENDEZ-VOUS DU CRT N°4

RESEAUX SOCIAUX :  
What's new en 2019 ?





RDV DU CRT N°4

# FOCUS SUR LA STRATEGIE DU CRT PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR SUR LES RESEAUX SOCIAUX

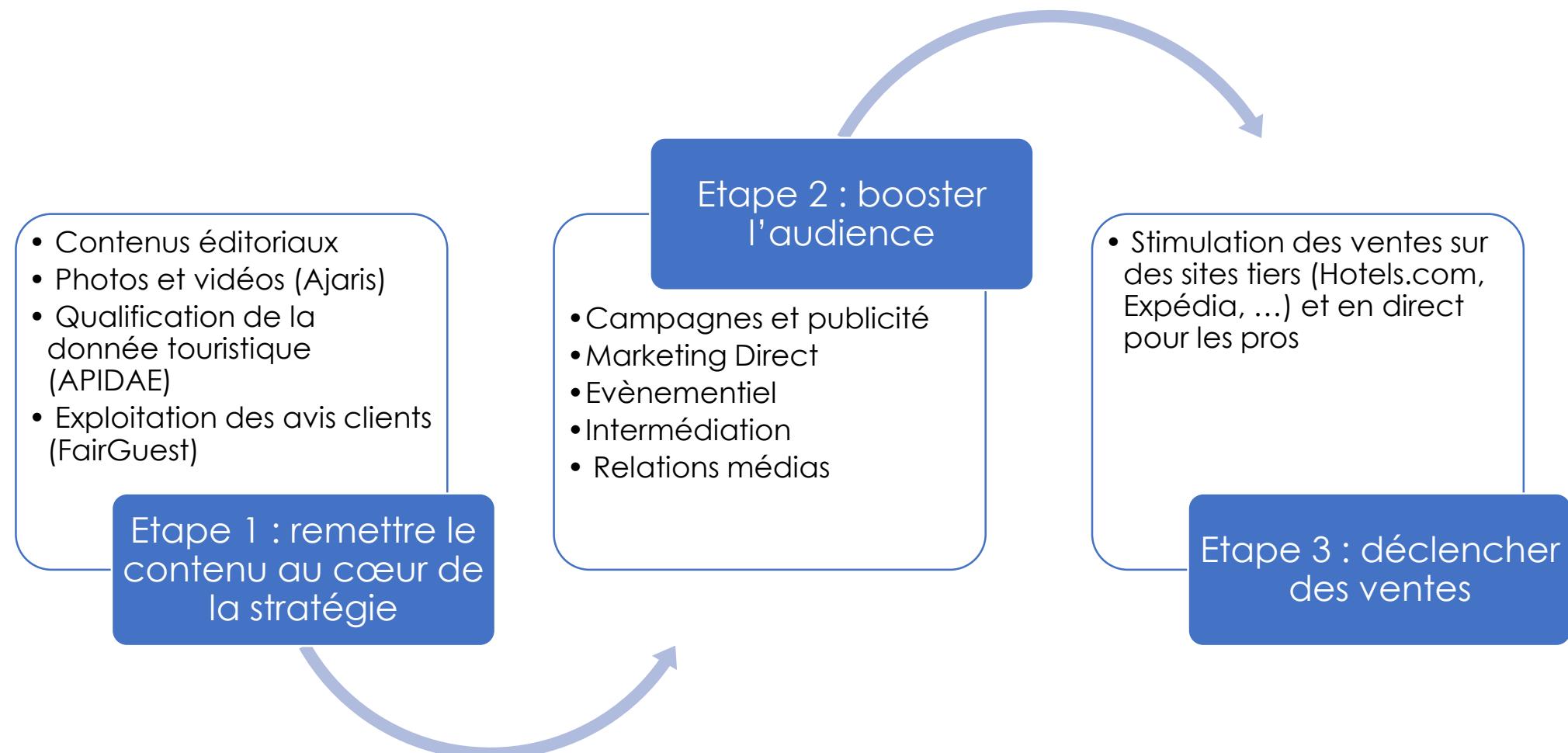


CONTEXTE  
LOGIQUE « GRAND PUBLIC »  
LOGIQUE « PRO »



# CONTEXTE

## La place des réseaux sociaux dans la stratégie du CRT



Marques de destination  
Filières stratégiques

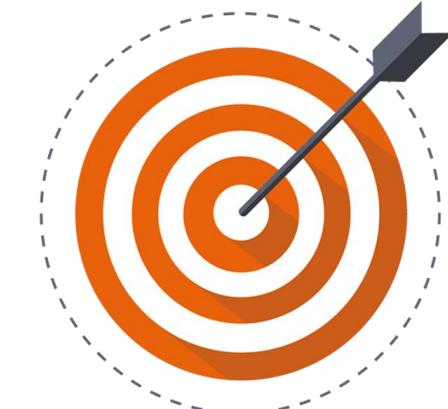


# CONTEXTE

2 priorités, 3 étapes clés

2 objectifs :

- 1. Gagner de l'audience à l'international**
- 2. « Faire savoir » ce qui est réalisé par le CRT et ses partenaires**



3 actions pour y répondre :

- 1. Crédit des pages Facebook US et UK**

Fin 2017

- 2. Montée en puissance de la communication pro**

Juillet 2018

- 3. Boost de la page Instagram**

Octobre 2019



# CONTEXTE

---

2 logiques dissociées et complémentaires



Grand public

Facebook  
Instagram



Pro

LinkedIn  
Twitter  
WhatsApp

# LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

---

## Principes de fonctionnement

### Pourquoi ?

Répondre aux besoins du cycle du voyageur : informer, susciter l'envie, convertir et fidéliser

### Comment ?

- ✓ Toucher au bon moment les cibles avec une personnalisation géographique
- ✓ Pousser du contenu avec les messages de marques de destinations (Provence, Alpes, Côte d'Azur) en veillant à une équité des territoires
- ✓ Trouver les formats performants (photos horizontales/verticales par exemple)

### Qui ?

- ✓ L'équipe communication du CRT sur le marché FR
- ✓ L'équipe communication du CRT avec les agences partenaires pour les marchés US/ UK et Chine

### Quoi ?

Des contenus insolites et inspirationnels, des paysages et des lieux incontournables

### Quand ?

3 fois / semaine, sur Facebook ou Instagram, avec des calendriers éditoriaux dédiés

# LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

## Principes de fonctionnement

### Mise en place d'outils collaboratifs

Organisation de Comités éditoriaux réguliers et mise à jour permanente du calendrier des publications

		Jour	Format	Thématique éditoriale	Territoires	Lien vers site extérieur	Lien vers brouillon Facebook	Contenu	Texte Facebook	Credit (auteur)	Lieu	Commentaires
113	Semaine 18	mercredi 2 mai	Photo carrée	Escapades urbaines	Côte d'azur	<a href="#">http://bit.ly/316DaysOfSun</a>	DRAFT		Welcome to Menton, the town where the sun shines 316 days a year☀️☀️☀️☀️ >> <a href="http://bit.ly/316DaysOfSunshine">http://bit.ly/316DaysOfSunshine*</a>	@crazysorbonne		ok
114		vendredi 4 mai	Photo verticale	Nature	Alpes	/	DRAFT		Forget everything, immerse yourself in the beauty of Gorges du Verdon 🌴	Playful.G		Ok remplacer vers : <a href="http://www.vcdontousme.com/">http://www.vcdontousme.com/</a>   O mais le site n'est pas en anglais
115												Peut-être plus faire le lien avec le si de la France grâce au texte ou au choix de l'image ? Tagger Cannes tourisme ? (en géolocalisé)   excuse moi mais je ne ve pas le lien avec le sud   Le lien c'est que c'est un événement d'ampleur mondial qui a lieu dans le sud de la France   oui oui mais je pensais plus au contenu du film, ça fait "double life" ; bref, c'est bien comme ça, si tu peux identifier Hyères tourisme <a href="https://www.facebook.com/hyeres tourisme/">https://www.facebook.com/hyeres tourisme/</a>   Hyères Tourisme tagué
116	Semaine 19	lundi 7 mai	Photo verticale	Événements	Côte d'azur	/	DRAFT		South of France is buzzing! 🎬 The Festival de Cannes starts tomorrow! Do you like this year official poster? It's a photo extract from 1965 Jean-Luc Godard's movie "Pierrot le Fou" - partly shot in the South of France in places like Porquerolles or Hyères. Can you recognize the actors? Design © Flore Maquin in Pierrot le fou © George Pérèle	Design © Flore Maquin in Pierrot le fou © George Pérèle	Cannes	
117		mercredi 9 mai	Photo verticale	Nature	Alpes	/	DRAFT		80km of lakeside and creeks, exceptional sunlight, a Watersport destination... We may have found your summer holiday☀️☀️☀️☀️ @crazysorbonne Sere Ponçon	Mouton A	Sere Ponçon	ok post. Pour la photo, je ne pourrai te la donner qu'à partir de mercredi à mon retour au bureau   ok pas de pb
118		vendredi 11 mai	Multiphoto	Art de vivre	Provence	/	DRAFT		Shopping in Aix-en-Provence is an experience for all your senses. What are your favorite Provence must-haves? 😊	Shutterstock		identifier @Office de tourisme d'Aix Provence   C'est fait   ok

# LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Facebook



*Engagement 2,75%*  
*Nb de posts 56*  
*dont 11 sponso*

PROVENCE



*Engagement 3,38%*  
*Nb de posts 26*  
*dont 9 sponso*

ALPES



*Engagement 2,60%*  
*Nb de posts 59*  
*dont 13 sponso*

CÔTE D'AZUR



135k fans



56.5k fans



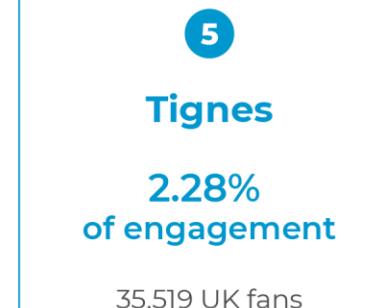
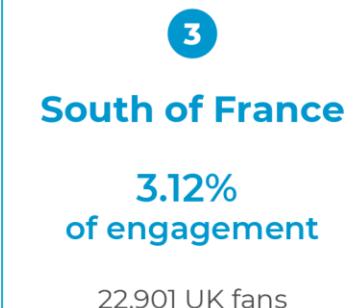
76.5k fans

# LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Facebook

## TOP 5 FACEBOOK

ENGAGEMENT RATE - LESS THAN 50K FANS



La page UK s'est classée 3<sup>ème</sup> destination étrangère en termes d'engagement dès son lancement et 8<sup>ème</sup> destination étrangère tous indicateurs confondus en 2018

Source : étude We Like Travel « Les destinations étrangères au Royaume-Uni en 2018 » <<http://we-like-travel.com/etudes-et-barometres/etudes-et-infographies/>>

# LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

Instagram

**3 posts par semaine afin de représenter les 3 destinations**

Organisation thématique - Ambiance colorée par territoire - Respect de la saisonnalité

Le tout avec des textes en FR et EN et des stories !



Visitsouthoffrance

🇫🇷 Bien finir la journée à Marseille avec un petit toit-terrasse @friche\_bdm ☀️😍  
🇬🇧 Nothing like ending the day on the cool rooftop #lafriche in Marseille

#visitsouthoffrance #provence #choosemarseille  
#mafriche #marseille



Visitsouthoffrance

🇫🇷 A table! 🍩🌐  
🇬🇧 Have you ever tried a Bouillabaisse? The iconic dish of Marseille, a fish stew. Probably the tastiest fish soup you will ever try.

#visitsouthoffrance #provence #choosemarseille  
#bouillabaisse #marseille



19.8k abonnés

# LA LOGIQUE « GRAND PUBLIC »

## Weibo et WeChat

Une travail spécifique de promotion est en cours auprès du marché chinois avec les partenaires du Contrat de Destination Provence.

2 canaux ont été choisi pour « toucher » ce public :

✓ WeChat

✓ Weibo



下午 2:23



如何到普罗旺斯



马赛机场

L'aéroport de Marseille

从中国前往马赛机场，可选择中国国际航空，在巴黎、法兰克福或慕尼黑进行中转，最后到达普罗旺斯机场。乘坐法国航空也是不错的选择，途径巴黎后，到达普罗旺斯机场。



从马赛机场出发，穿梭巴士服务于马赛，普罗旺斯地区艾克斯，普罗旺斯地区萨隆，阿尔勒，尼姆，土伦，圣特罗佩等，每个航班抵达时都有出租车在外等候。

下午 2:39



普罗旺斯最美村庄小镇



07

戈尔德：艺术之村



许多艺术家都被戈尔德 (Gordes) 的魅力所折服，其著名的石头房子坐落在沃克吕兹 (Vaucluse) 山脊南部，被称为“天空之城”。凭借蜿蜒的鹅卵石街道，花岗岩所砌成的房屋和颇具气势的梯田，戈尔德在第二次世界大战之后成为了艺术地标，无数艺术家来此吸取灵感，其中就包括夏加尔 (Marc Chagall)、安德烈·洛特 (André Lhote) 和维克托·瓦萨瑞丽 (Victor Vasarely) 等。

# LA LOGIQUE « PRO »

## Principes de fonctionnement

### Pourquoi ?

« Faire savoir » ce qui est réalisé par le CRT et ses partenaires

### Comment ?

Twitter + LinkedIn

### Qui ?

- ✓ Toute l'équipe opérationnelle du CRT est mobilisée avec une coordination du pôle communication
- ✓ Les acteurs du tourisme régional – institutionnels et privés – sont visés par les communications

### Quoi ?

1. Des évènements ou des actions portés par le CRT ;
2. Des données chiffrées sur le tourisme en région ;
2. Des nouveautés et démarches menées par d'autres partenaires touristiques en région ;
3. Des grandes évolutions du secteur.

### Quand ?

Communication 2 à 3 x / semaine en moyenne sur les RS

# LA LOGIQUE « PRO »

## Principes de fonctionnement

### Mise en place d'outils collaboratifs

Vos équipes

- Communication & Webmarketing
- Général
- Réseaux sociaux
- Web
- Nouveautés et actualités en région
- Tendances du secteur
- Général
- Digital
- 1 canal masqué
- Team bulletin d'inscription
- Comité Editorial - Grand public
- Général
- Comité Editorial PACA

Tendances du secteur > Digital ...

Conversations Fichiers Wiki + Répondre 16 juillet 2019

Sarah Le Pellec 16/07 10:17  
Tourisme: une localisation fictive sur Instagram pour protéger les sites naturels  
Pour vivre heureux, vivons cachés !

Tourisme: une localisation fictive sur Instagram pour protéger les sites naturels  
...  
[www.la-croix.com](http://www.la-croix.com)

JA 22 juillet 2019

Julien Auray 22/07 17:34  
De l'importance des derniers avis déposés... : <https://blog.elloha.com/2019/07/21/78-des-lecteurs-de-tripadvisor-se-concentrent-sur-les-derniers-avis-seulement/>?utm\_medium=email&utm\_campaign=Weekly%20plusdebonjour&utm\_content=Weekly%20plusdebonjour+CID\_bb87e99a07afa53d4c5b07372cd2b775&utm\_source=NL%20elloha&utm\_term=78%20des%20lecteurs%20de%20TripAdvisor%20se%20concentrent%20sur%20les%20avis

78% des lecteurs de TripAdvisor se concentrent sur les avis "les plus frais" - Blog elloha  
Selon le blog elloha, TripAdvisor vient d'interroger plus de 23.000 de ses utilisateurs quotidiens pour connaître l'usage qu'ils font des avis déposés sur le premier réseau social du voyage ... Dés...  
[blog.elloha.com](http://blog.elloha.com)

Répondre 2 septembre 2019

TEAMS de Microsoft pour fluidifier la veille

# LA LOGIQUE « PRO »

## Principes de fonctionnement

Comité éditorial mensuel en interne et mise à jour permanente d'un calendrier éditorial

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
26 août	27	28	29	30	31	1 sept.
		Lancement campagne hotels.com; Julien Auray	Newsletter Août Open Crans Montana; Julien Auray			
2	3	4	5	6	7	8
Open Crans Montana; Julien Auray	Post Rdv du CRT Réseaux sociaux		Zero Fumé			
9	10	11	12	13	14	15
Post Candidature Destination Vignobles; Julien Auray	Post campagne Golf Belgique; Julien Auray		Post nouvel hôtel Mercure à Marseille; Julien Auray			
16	17	18	19	20	21	22
	Rendez-vous du CRT; Julien Auray			Evénement Golf à Lausanne; Julien Auray		
	Opération Lancement de saison Alpes - Paris; Julien Auray	Opération communauté chinoise; Julien Auray	Bilan saison estivale 2019; Julien Auray		Post Twitter atelier Chatbot; Julien Auray	

Calendrier Outlook partagé pour planifier

# LA LOGIQUE « PRO »

## Twitter



Provence Alpes Côte d'Azur Tourisme

@CRT\_RegionSud

Adieu "PACA" et bonjour

#Provence #Alpes #CotedAzur 🖐

Continuez à suivre notre actualité avec

@CRT\_RegionSud 😊

[pic.twitter.com/JLOQwV4wJz](https://pic.twitter.com/JLOQwV4wJz)



Provence Alpes Côte d'Azur Tourisme

@CRT\_RegionSud

Dans le cadre du Contrat de Marque Alpes et en lien avec @atout\_france et Webedia, une campagne de communication digitale à l'attention du marché italien a été lancée cet été pour développer la notoriété du massif sud-alpin et stimuler les ventes avec Easyviaggio

#purealpes [pic.twitter.com/xnOn3NR8ya](https://pic.twitter.com/xnOn3NR8ya)



Provence Alpes Côte d'Azur Tourisme

@CRT\_RegionSud

Le #CRT présente aujourd'hui son #PlanActions2019 à #HotelRenaissance à #Aix.

Plus de 300 professionnels et partenaires venus de toute la région sont attendus  
[pic.twitter.com/VIDM1ABj6Y](https://pic.twitter.com/VIDM1ABj6Y)

**Recentrage du compte sur les pros pour moins d'audience mais plus d'engagement**

# LA LOGIQUE « PRO »

## LinkedIn

- ✓ + 350% d'abonnés en 1 an
- ✓ Plus on suit notre ligne éditoriale, plus l'audience et l'engagement sont forts

Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme  
1 409 abonnés  
2 mois • Modifié

[ACTION CRT] Au-delà de la promotion des marques de destinations #Provenceenjoytheunexpected #Purealpes et #Cotedazurfrance, le CRT engage un travail spécifique de valorisation de filières stratégiques, notamment sur le Golf et le Vélo.

Hier, une vingtaine de directeurs de golfs étaient présents à Aix-en-Provence pour parler des résultats des Pass Golf Provence et Côte d'Azur et des actions de communication et de développement commercial à venir.

Aujourd'hui, place à la filière vélo coordonnée par **Vaucluse Provence Attractivité**. L'occasion pour le CRT de parler de la mission de production de contenus en cours destinée à montrer le potentiel de la région pour les cyclosportifs, les adeptes de VTT et les familles adeptes d'une pratique plus douce.



30 • 4 commentaires

Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme  
1 376 abonnés  
6 mois • Modifié

[#SalonRDVF]

Voilà c'est fini... ou plutôt ce n'est que le début ! Ces 6 jours d'exposition sur la scène internationale pour les #Alpes la #Provence et #CotedAzur ont permis aux opérateurs de voyages du monde entier de mieux connaître notre offre pour leur donner envie d'emmener dès demain leurs clients à la découverte de notre territoire.

Un grand merci à l'organisateur du salon **Atout France** pour sa confiance, à l'Office de Tourisme et des Congrès de Marseille, **Provence Tourisme** et aux nombreuses destinations de la région pour ce beau travail collectif ayant débouché sur de nombreuses actions concrètes :

- [1] la proposition de 26 prétroués d'exception à travers la région et de 5 excursions à Marseille en amont du salon ;
- [2] un catalogue répertoriant les circuits proposés pour donner envie ;
- [3] un espace régional hors norme regroupant plus de 220 exposants pendant toute la durée du workshop ;
- [4] des soirées qui laisseront des souvenirs impérissables aux participants.



95 • 7 commentaires

# LA LOGIQUE « PRO »

## WhatsApp

Utilisation BtoB pour l'évènementiel :

- ✓ Eductours
- ✓ Missions à l'étranger
- ✓ Evènement grand public

3 avantages :

- ✓ Identification des problèmes en temps réel
- ✓ Optimisation de l'organisation logistique
- ✓ Partage des contenus photos / vidéos



# AGENDA

## Présentation du Plan d'actions régional 2020



### INVITATION PLAN D'ACTIONS REGIONAL 2020



**Le Jeudi 10 octobre de 9h à 12h30  
Au Château Saint Hilaire à Coudoux**

# AGENDA

Ne manquez pas les derniers Rendez-vous du CRT de l'année 2019 !

12, 13 ET 14 NOVEMBRE 2019

## RENDEZ-VOUS N°5

BIEN CHOISIR  
SES INDICATEURS  
POUR ÉVALUER  
SES RÉSULTATS

**EVALUATION**  
12 novembre de 14h à 17h  
Auberge La Fenière à Lourmarin (84)  
13 novembre de 9h30 à 12h30  
Chambre de Commerce et d'Industrie des Hautes-Alpes à Gap (05)  
14 novembre de 9h30 à 12h30  
Mas des Escaravatiers à Puget-sur-Argens (83)



Bien souvent, l'évaluation poussée de ses actions de communication ou de commercialisation est une étape négligée par les acteurs du tourisme. Pourtant, choisir ses « key performance indicators » (KPI) et mettre en place des dispositifs de suivi de ses actions est une étape indispensable pour cadrer et faire évoluer sa stratégie.

De l'évaluation des retombées médias au suivi statistique de ses ventes ou de la fréquentation de son site web en passant par l'analyse de son e-réputation sur les réseaux sociaux ou les providers d'avis, les outils ne manquent pas pour mesurer ses performances.

- Quelles sont les grandes étapes à suivre pour structurer son système d'évaluation ?
- Quels outils utiliser pour mesurer ses résultats sur les différents canaux ?
- Comment se servir de cette étape d'évaluation pour piloter sa stratégie ?

En partenariat avec les Chambres de Commerce et d'Industrie des Hautes-Alpes, du Var et du Vaucluse.

# AGENDA

## Rencontres départementales du Tourisme Côte d'Azur France



# AGENDA

---

Les Rdv du CRT reviennent en 2020

5 thèmes traités :

**Tendances « food » : s'adapter aux nouvelles attentes des clientèles**

>14, 15 et 16 janvier

**Chine : saisir les opportunités d'un marché en constante évolution**

>Vendredi 27 mars matin

**Japon et Corée, des marchés asiatiques matures à forte valeur ajoutée**

>Vendredi 27 mars après-midi

**Piloter sa distribution en ligne dans un contexte commercial fluctuant**

> 22, 23 et 24 septembre

**Optimiser ses photos et vidéos pour booster son image**

>17, 18 et 19 novembre

# EVALUATION

Faites-nous un retour sur ce rendez-vous !



**RÉSEAU  
CONNECTÉS**

LES  
RENDEZ-VOUS

Rendez-vous du CRT n°4 - Réseaux sociaux : what's new en 2019 ? - 17, 18 et 19 septembre 2019

Merci de prendre quelques minutes pour remplir ce questionnaire et nous aider ainsi à répondre au plus près de vos attentes.

**REGION SUD**  
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME

SUIVANT

Page 1 sur 4

<https://bit.ly/2ky983q>