

LES ACTIONS DE PROMOTION 2020

Salons Grand Public, Comités d'entreprises
& Actions promotionnelles



tourisme-saint-cyprien.com

LES SALONS DU TOURISME



Objectifs principaux de notre présence sur les salons :

- Faire connaître la destination
- Conforter l'image de la station
- Vendre des bons plans

Les critères de choix des salons :

- Fidéliser une clientèle qui vient déjà (les nationalités qui fréquentent le plus Saint-Cyprien)
- Se faire connaître auprès d'une "nouvelle" clientèle (ouverture de vols directs vers Perpignan, population à fort pouvoir d'achat dont Saint-Cyprien peut satisfaire les critères de choix)

LES SALONS DU TOURISME

HOLIDAY WORLD SHOW DE DUBLIN

Dates : du 24 au 26 janvier 2020

Lieu : Ballsbridge, Dublin

Le salon 2019 en quelques chiffres :

- 40 500 visiteurs
- 584 exposants
- La moitié des visiteurs a entre 25 et 44 ans
- Clientèle familiale qui vient à 72% prendre des informations.
- Seulement 13% de la clientèle recherche des offres intéressantes

Objectifs :

- Donner envie aux Irlandais de venir passer leur séjour à Saint-Cyprien une fois qu'ils ont profité des vols directs de Aer Lingus.
- Vendre des 'bons plans' réalisés spécifiquement pour le marché Irlandais.

Les irlandais dépensent en moyenne 800€/séjour/personne et leurs nuitées en Occitanie se font à 70% dans des hôtels, 30% en campings.



LES SALONS DU TOURISME

SALON DES VACANCES DE BRUXELLES

Dates : du 6 au 9 février 2020

Lieu : Brussels Expo Place de Belgique

Le salon 2019 en quelques chiffres :

- 61^{ème} édition du Salon et 2^{ème} présence pour St-Cyprien
- 4 jours de salon
- 105 000 visiteurs
- 350 exposants
- La France occupe à elle seule le hall 4
- 69% des visiteurs a plus de 50 ans
- La France reste la destination préférée des Belges

Objectifs :

- Conforter notre notoriété auprès d'une population déjà friande de notre région, et qui vient avec les vols directs hors saison, et souvent en voiture pour un long séjour en saison.
- Vendre des packs spécifiquement composés pour le marché belge.
- Le Salon des Vacances de Bruxelles fidélise une clientèle toujours plus nombreuse de +50 ans en moyenne, et grande consommatrice de l'hôtellerie de plein air.



LES SALONS DU TOURISME

MAHANA LYON

Dates : du 7 au 9 février 2020

Lieu : Hall Garnier

Le salon 2019 en quelques chiffres :

- 39^{ème} édition salon Mahana Lyon
- 250 destinations représentées
- 26 000 visiteurs
- 67% des habitants de la région déclarent partir au bord de mer

Objectifs :

- Attirer une clientèle à fort pouvoir d'achat et susceptible de venir toute l'année car non loin en voiture.
- Vendre des packs spécifiquement composés pour le marché lyonnais.
- Présence du monde entier, clientèle haut de gamme. 93% des exposants génèrent des ventes après le salon.

Evaluation des Salons du Tourisme 2019 (Dublin, Bruxelles et Lyon)

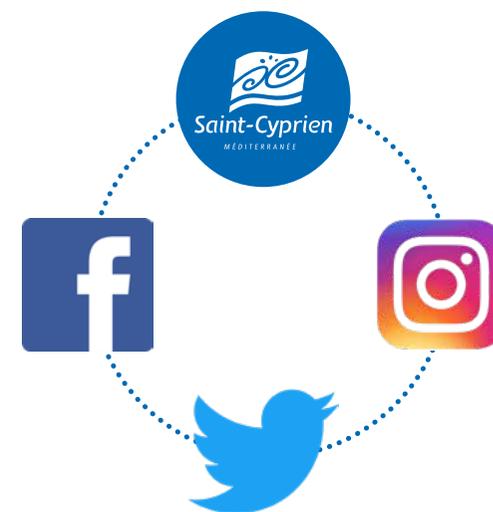


LES SALONS DU TOURISME

Actions promotionnelles vers nos cibles géographiques :

En lien avec les salons Lyon / Dublin / Bruxelles / Montpellier

- Envoi d'une newsletter à J-4 et J+7 à notre base de données
- Posts sponsorisés sur facebook avant - pendant et après le salon (de janvier à mars)
- Publications sur les réseaux sociaux (facebook - twitter et instagram)
- Nombre total d'affichages : **88 346**



Autres actions de promotions à venir :

- Participation à un salon B2B dédié à l'Incentive
- Participation à des opérations de promotion mise en œuvre par l'ADT
- Participation à des conventions (ex. : le Lion's club)

LES ACTIONS DE PROMOTIONS

Une action en 2 temps avec des objectifs transversaux :

- En janvier/ février : objectifs d'image, notoriété et trafic vers les salons
- En avril : objectifs d'image, notoriété et commercialisation de week-ends (offres packagées)

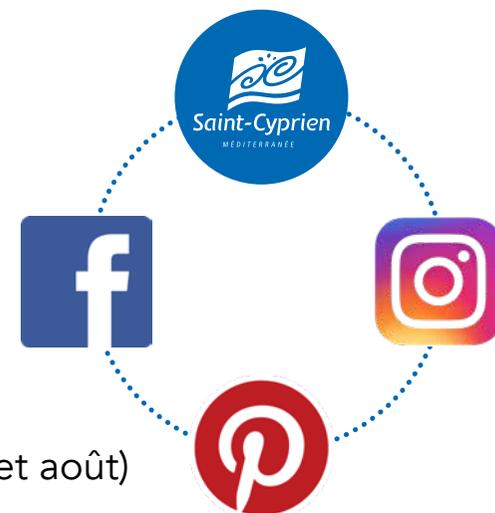
Campagnes de promotion de la destination de janvier à septembre 2019 :

Facebook, Pinterest et Instagram

- Posts sponsorisés - mise en avant :
 - Nos lieux incontournables (cible : marché français et marché belge / période : mai, juin et septembre)
 - Nos packs séjours (cible : marché français et marché belge / période : mai et août)
 - Nos pass de l'été (cible : département / période : juillet et août)
 - Nos grands événements de l'été (cible : marché français et marché belge / période : juillet et août)

Nombre total d'affichages : **1 788 000** (marché français)

Nombre total d'affichages : **385 880** (marché belge)



LES ACTIONS DE PROMOTIONS

D'autres campagnes valorisent également nos vidéos promotionnelles :

- Les incontournables et reportages Saint-Cyp TV valorisant nos loisirs et activités (cible : IDF, Hauts de France, Belgique, Occitanie, Lyon / période : d'avril à septembre).
- Les vidéos teaser annonçant les grands événements à venir. Ex : Osé le Rosé, la Saint-Pierre, le feu d'artifice, la Festa Major...(cible : Occitanie / période : avant chaque manifestation).



Campagne de recrutement / notoriété :

L'OT a lancé une campagne pour acquérir de nouveaux abonnés sur sa page Facebook Saint-Cyprien Animations et gagner ainsi toujours plus en visibilité. Période : avril et mai.

Nombre total de nouveaux abonnés : 4 911

