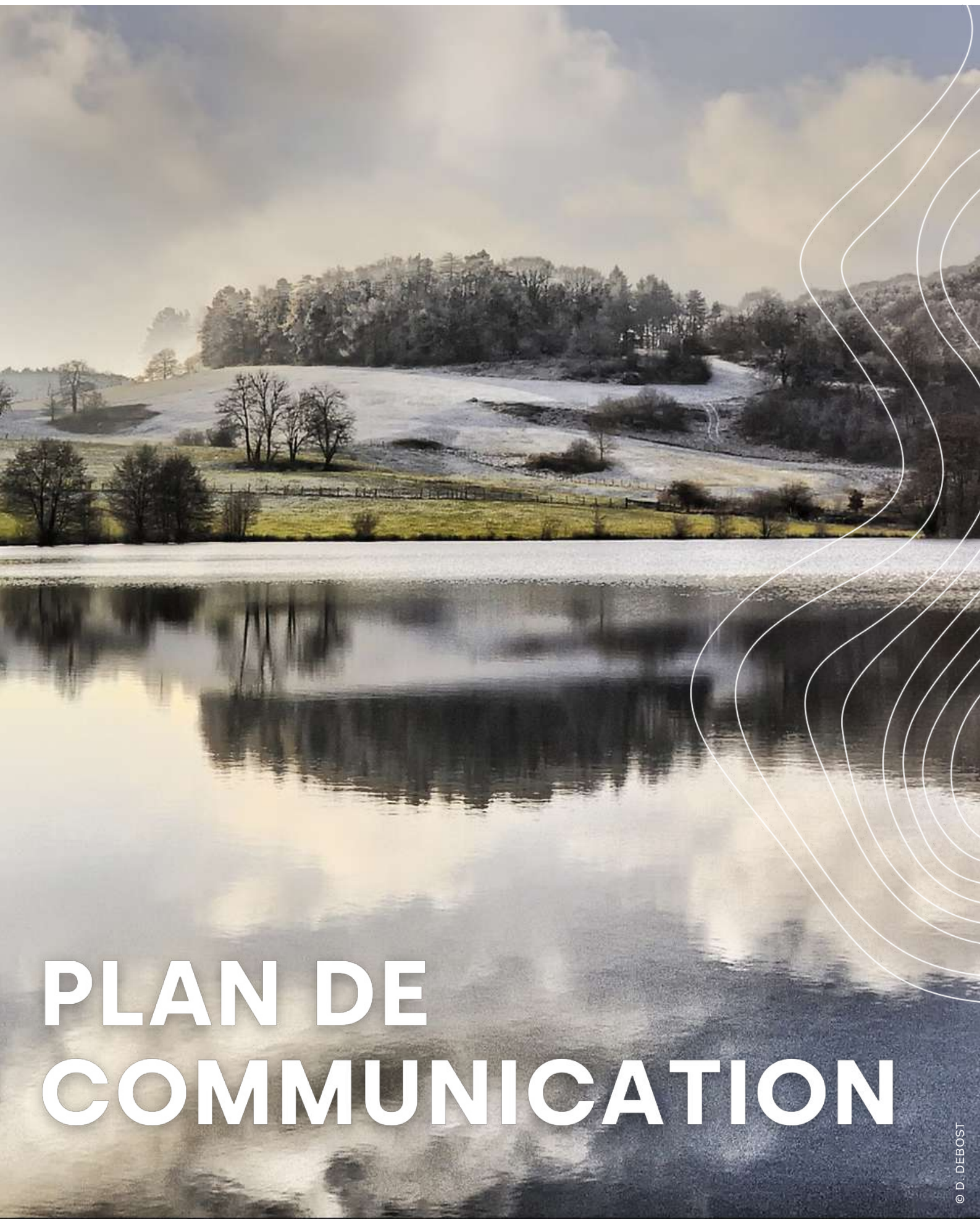


JANVIER 2023



# PLAN DE COMMUNICATION

# NEIGE, GLISSE ET MOMENT DE PARTAGE



## À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers "pleine nature" .

## 1

### Coeurs de cibles :

- Habitants
- Sportifs



## 2

### Cibles primaires

- Excursionnistes
- Groupe -10

## Site internet

- Réécriture des pages types "hiver"
- Activités à faire en famille et entre amis pendant l'hiver en Livradois-Forez
- Promotion des activités et parc d'activités en période hivernale



## Blog

- Diffusion de la recette typiquement Auvergnate de la "Patia".



## Publicité Facebook

- 1 campagne de trafic sur les hébergements :
  - Gîtes en famille pour les vacances scolaires de février



## Les offres du mois

### HÉBERGEMENTS

- Hébergements type gîtes en famille - réservation pour les vacances scolaires de février
- Offre cocooning : "Chabanettes Hôtel & Spa" - réservation pour la Saint-Valentin

### ACTIVITÉS

- Activités nordiques :
  - Chiens de traineau
  - Ski nordique et raquettes
  - Veillées nordiques
  - Championnat de Snowkite
- Spectacle :
  - FX Demaison



# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicités Facebook

### PROMOTION INSTAGRAM

- 1 publicité (image)
- 09 au 20 décembre 2022
- Entre 24 et 65+ ans
- Marché national
- Budget : 200 €
- 71 968 vues de la publicité (au moins une fois)
- 993 clics sur un lien



### EN ATTENDANT NOËL

- 1 publicité (image)
- 01 au 18 décembre 2022
- Entre 22 et 65+ ans
- Marché local
- Budget : 500 €
- 64 995 vues de la publicité (au moins une fois)
- 1 919 visites sur le site via cette publication

### HÉBERGEMENTS - GÎTES & CHALETs

- 1 publicité (image)
- 22 décembre 2022 au 04 janvier 2023
- Entre 30 et 55 ans
- Cible secondaire ( Bretagne, Pays de la Loire, Ile-de-France, Hérault, Var, Centre Val de Loire)
- Budget : 500 €
- 320 896 vues de la publicité (au moins une fois)
- 2 723 visites sur le site via cette publication



## Les résultats concrets :

→ 1 053 240

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran

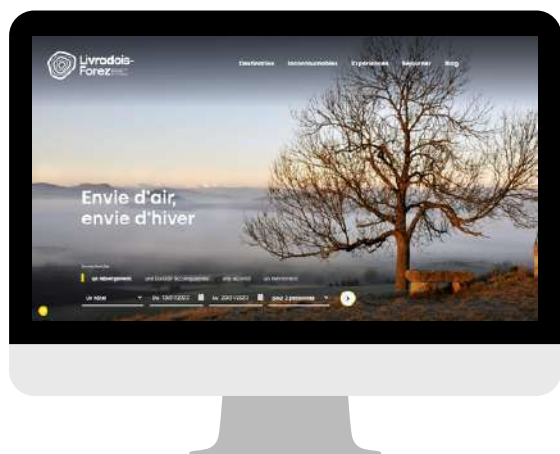
→ 457 859

Le nombre de vues de pages sur le site internet ( au moins une fois)

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Site internet



**12 486**

visiteurs uniques sur le site internet de la MDT

↓ 18,3 % au mois de décembre 2021

**36 091**

pages vues sur le site internet de la MDT

↓ 21,5 % au mois de décembre 2021

*Depuis le 1er janvier 2022 :*

300 479 visiteurs uniques sur le site

↑ 14,7% à l'année précédente

813 729 pages vues sur le site

↑ 8,3% à l'année précédente

## D'où viennent les visiteurs ?

**1 004** visiteurs ont accédé au site à partir d'une Url directement saisie dans le navigateur.

**5 208** visiteurs viennent des campagnes publicitaires mises en places par la Maison du tourisme



**5 364** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc

**210** visiteurs arrivent sur le site par l'intermédiaire des réseaux sociaux (Facebook & Instagram)

**696** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs, proposant un lien vers le site de la MDT (ex : auvergne-destination.com)

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK



[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**1 049 268**

Le nombre de personnes qui ont vu un contenu de la page «Vacances Livradois-Forez »

↑ 29 % au mois précédent

**15 060**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook

+ 1 152 mentions j'aimes au mois précédent

**2 316**

Le nombre de fois que la page Facebook "vacances" a été visitée

↑ 10,4 % au mois précédent

### INSTAGRAM



[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)

**130 698**

Le nombre de personnes qui ont vu une des publications de la MDT au moins une fois

↑ 490 % au mois précédent

**2 192**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram

+ 449 followers au mois précédent

**2 267**

Le nombre de fois que le compte Instagram a été visité

↑ 685 % au mois précédent



FÉVRIER 2023



# PLAN DE COMMUNICATION

# A VIVRE EN FAMILLE PENDANT L'HIVER



© DAVID FROBERT

## À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 2 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers pleine nature.

- ### 1 Coeurs de cibles :
- Familles
  - Résidents du Livradois-Forez
  - Excursionnistes

- ### 2 Cibles primaires :
- Sportifs
  - Couples

## Site internet

- Préparation de la saison "Printemps".
  - écriture et continuité/réécriture des pages sur le site.
- Reprise de travail de réécriture des pages de la rubrique "Destination".



## Blog

- Recette "Pachade" à la confiture de myrtilles de Forez.



## Publicité Facebook

- 1 campagne de trafic sur une [page spécifique](#) : activités neige et sans neige.
- 1 campagne d'interaction sur le compte Instagram :
  - sur la meilleure publication du compte.



## Les offres du mois

### HÉBERGEMENTS

- Séjour à la semaine (gîtes meublés/chalets).
- Hébergements nature du Parc naturel régional Livradois-Forez.
- Offre Saint-Valentin : Bois de Luna.

### ACTIVITÉS

- Activités manuelles.
- Randonnées pédestres (douces/en famille).
- Parc d'activités Prabouré (ski nordiques, raquettes, etc.).
- Cliquez [ici](#) pour en savoir plus.



# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Publicité Facebook



### HÉBERGEMENTS - GÎTES MEUBLÉS

- 2 publicités (image)
- 14 janvier au 31 janvier 2023
- Entre 30 et 55 ans
- Bretagne, Pays de la Loire, Ile-de-France, Hérault, Var, Centre-Val de Loire
- 2 495 visites sur le site via cette publication

### Les résultats concrets :

→ **426 220**

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran.

### BUDGET GLOBAL

DU 01/01 AU 31/01

**500 €**

## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK



[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**353 424**

Le nombre de personnes qui ont vu un contenu de la page «Vacances Livradois-Forez».

↓ 66 % au mois précédent

**15 062**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook.

+ 12 mentions j'aimes au mois précédent

**682**

Le nombre de fois que la page Facebook "vacances" a été visitée.

↓ 71 % au mois précédent

### INSTAGRAM



[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)

**21 920**

Le nombre de personnes qui ont vu une des publications de la MDT au moins une fois.

↓ 83 % au mois précédent

**2 221**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram.

+ 62 followers au mois précédent

**445**

Le nombre de fois que le compte Instagram a été visité.

↓ 80 % au mois précédent

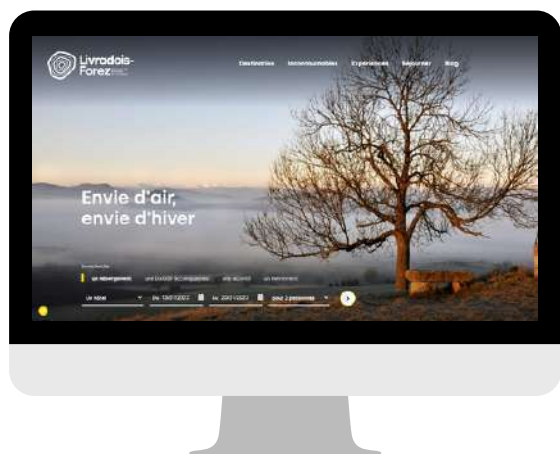
La diminution du nombre de personnes qui ont vu, interagi sur la page/compte Facebook et Instagram provient de la fin de la campagne d'interactions présentes sur ces deux canaux de communication.



# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Site internet



**13 462**

visiteurs uniques sur le site internet de la MDT

↑ 51,5 % au mois de janvier 2022

**41 719**

pages vues sur le site internet de la MDT

↑ 23,5 % au mois de janvier 2022

## D'où viennent les visiteurs ?

**1 383** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisie dans le navigateur.



**4 764** visiteurs viennent des campagnes publicitaires mises en places par la Maison du tourisme.

**6 115** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**310** visiteurs arrivent sur le site par l'intermédiaire des réseaux sociaux (Facebook & Instagram).

**888** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs, proposant un lien vers le site de la MDT (ex : auvergne-destination.com).

MARS 2023



# PLAN DE COMMUNICATION

<https://www.instagram.com/mar.j00.tje/>

# RANDONNER EN PLEINE NATURE



© DAVID FROBERT

## À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 2 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers pleine nature.

### Cibles

# 1

- Habitants
- Couples
- Excursionnistes
- Sportifs

# 2

### Marchés géographiques

- Puy de Dôme / Rhône/ Loire
- Île-de-France, Pays de la Loire et Bretagne

## Site internet

- Préparation de la saison "Printemps".
  - écriture de deux pages à destination de la cible "famille" et "couple"
  - changement des en-têtes/photos
- Reprise de travail de réécriture des pages de la rubrique "Destination"



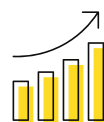
## Blog

- Relecture de l'article : "Micro-aventure à VTT en Livradois-Forez".
- Intégration d'un article issu du magazine sur la thématique de l'eau.
- Article ciblé "VTT et bien-être"- Dr.Good



## Publicité Facebook

- 1 campagne de trafic sur la préparation des séjours-printemps.
- 1 post boosté sur la participation au salon du randonneur.



## Les offres du mois

### HÉBERGEMENTS

- Hébergements nature du Parc naturel régional Livradois-Forez
- Hébergements à destination des randonneurs
- Offre coup cœur du mois

### ACTIVITÉS

- Promotion des sentiers de randonnée / VTT

### ÉVÉNEMENT

- Participation au salon du randonneur, le 24,25 & 26 mars, à Lyon



# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicité Facebook

### CHAMBRES D'HÔTES

- 2 publicités
- 17 février au 04 mars 2023
- Entre 25 et 64 ans - couple
- Cœur de cible et cible primaire
- Budget : 500 euros
- 3 815 visites sur le site via cette publication



### CAMPAGNE MENTION "J'AIME"

- 4 publicités
- 10 février au 28 février 2023
- Entre 18 et 65 ans et +
- Marché national
- Budget : 500 euros
- 1 290 nombres de mentions "j'aimes"



1 publication boostée sur Instagram

- 08 au 23 février
- 200 euros
- Marché national
- 1 054 clics sur un lien

### Les résultats concrets :

→ **1 204 727**

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **571 548**

Le nombre de fois de personnes atteintes.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/02 AU 28/02

**1 200€**

## Les réseaux sociaux

**FACEBOOK** 

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**2 933**

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 265 % à février 2022

**16 272**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook.

+ 1 290 mentions "j'aime" / au mois précédent

**INSTAGRAM** 

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)

**1 380**

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↑ 183 % à février 2022

**2 406**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram.

+ 206 followers / au mois précédent

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Site internet



**14 911**

visiteurs uniques sur le site internet de la MDT

↓ 0,3 % au mois de février 2022

**48 432**

pages vues sur le site internet de la MDT

↓ 7 % au mois de février 2022

Depuis le 1er janvier 2023 :

28 370 visiteurs uniques sur le site

↑ 19 % à l'année 2022

90 151 pages vues sur le site

↑ 5 % à l'année 2022

## D'où viennent les visiteurs ?

**1 659** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.

**7 505** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**4 205** visiteurs viennent des campagnes publicitaires mises en places par la Maison du tourisme.



**591** visiteurs arrivent sur le site par l'intermédiaire des réseaux sociaux (Facebook & Instagram).

**957** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs, proposant un lien vers le site de la MDT (ex : ville-thiers.fr).



AVRIL 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



# VISITER LE LIVRADOIS-FOREZ



© DAVID FROBERT

## À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 2 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers Art de vivre.

### Cibles

# 1

- Familles
- Excursionnistes
- Couples

### Marchés géographiques

# 2

- Puy-de-Dôme / Rhône/ Loire / Isère
- Maine-et-Loire / Vendée / Gironde / Charente-Maritime / Dordogne

## Site internet

- Reprise de travail de réécriture des pages de la rubrique "Destination"
- Optimisations et recommandations - référencement



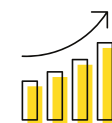
## Blog

- Article ciblé: "VTT et bien-être" - Partenariat Dr.Good & Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme



## Publicité Facebook

- 1 campagne de notoriété sur les 4 vidéos de destinations
- 1 campagne de trafic, séjours packagés pour les ailes de saison
- 1 post boosté d'une photo issue du compte Instagram



## Newsletter

- Préparation des séjours ailes de saison et été



## Les offres du mois

### HÉBERGEMENTS

- Gites & villages de vacances
- Offre coup de cœur : 1 hébergement/activité sera relayé sur les réseaux sociaux

### ACTIVITÉS

- Ateliers autour du savoir-faire
- Visites du patrimoine et de la nature

### ÉVÉNEMENT " VTT SANTÉ"

- Mise en avant de Dr.Good : les bienfaits du VTT pour le corps et l'esprit

# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicité Facebook

### SALON DU RANDONNEUR

- Post boosté
- 10 mars au 25 mars 2023
- Entre 25 et 64 ans + randonneur
- Bassin lyonnais et Livradois-Forez
- Budget : 200 euros
- 1 823 interactions avec la publicité



### PRÉPARATION AILES DE SAISON

- 2 carrousels d'images
- 15 mars au 31 mars 2023
- Entre 28 et 55 ans
- Marché secondaire
- Budget : 500 euros
- 3 179 visites sur le site via cette publication

### Les résultats concrets :

→ **654 311**

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **314 037**

Le nombre de personnes atteintes.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/03 AU 31/03

**700 €**

## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**690**

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 80 % à mars 2022

**16 266**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook.

- 6 mentions "j'aime" au mois précédent

### INSTAGRAM

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)

**289**

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↑ 16,5 % à mars 2022

**2 441**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram.

+ 35 followers au mois précédent

La diminution du nombre de personnes qui ont vu, interagi sur la page/compte Facebook et Instagram provient de la fin de la campagne d'interactions présente sur ces deux canaux de communication

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



[www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com)



**16 765** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 88 % au mois de mars 2022

**54 658** pages vues sur le site internet  
↑ 54,6 % au mois de mars 2022

Depuis le  
**1er janvier  
2023 :**

45 135 visiteurs  
uniques sur le site  
↑ 37,8 % à l'année  
2022

144 809 pages  
vues sur le site  
↑ 19,3 % à l'année  
2022

*D'où viennent les visiteurs ?*

**9 475** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**1 835** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.



**5 844** visiteurs viennent des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires mises en place par la MDT.

**1 162** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs à la MDT (ex : ville-thiers.fr)

[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com)



**3 142** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 52 % depuis février 2023

**5 579** pages vues sur le site internet  
↑ 53 % depuis février 2023



MAI 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



# LE LIVRADOIS-FOREZ, UNE DESTINATION DURABLE



© DAVID FROBERT

## À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers tourisme durable et responsable.

### Cibles

# 1

- Couples
- Excursionnistes
- Familles

### Marchés géographiques

# 2

- Puy-de-Dôme / Rhône/ Loire
- Île-de-France / Nouvelle Aquitaine / Occitanie

## Site internet

- Préparation du site internet pour la saison estivale
- Optimisations et recommandations - référencement



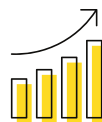
## Publicité Facebook

Continuité :

- 1 campagne de notoriété sur les 4 vidéos de destinations & 1 campagne de trafic, séjours packagés pour les ailes de saison

Diffusion

- 1 campagne d'interaction Mentions "J'aime"
- 1 campagne de trafic "Préparation saison estivale"



## Publicité Facebook- partenariat

Continuité :

- Campagne de trafic en partenariat avec Auvergne Destination pour promouvoir les ailes de saison "mai/juin" en Livradois-Forez.

## Les offres du mois

### HÉBERGEMENTS

- Hébergements secs
- Offre coup de cœur : séjour insolite " Marchez sur les traces des couteliers"

### ACTIVITÉS

- Balades à faire dans le Livradois-Forez
- Grands événements :
  - Coutellia
  - Marché des Potiers

### VIDÉOS DE DESTINATION

- Diffusion des 4 vidéos de destinations : Ambert, Thiers, Billom & Lezoux

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



[www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com) 🔍



**30 042** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 137 % au mois de mars 2022

**74 379** pages vues sur le site internet  
↑ 59,8 % au mois de mars 2022

Depuis le  
**1er janvier**  
**2023 :**

75 177 visiteurs  
uniques sur le site  
↑ 65,5 % à l'année  
2022

219 188 pages  
vues sur le site  
↑ 30,6 % à l'année  
2022

## D'où viennent les visiteurs ?

**12 660** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**2 082** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.



**14 241** visiteurs viennent des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires mises en place par la MDT.

**1 063** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs à la MDT (ex : festival-ambert.fr)

[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com) 🔍



**4 397** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 40 % depuis mars 2023

**6 324** pages vues sur le site internet  
↑ 13,3 % depuis mars 2023



# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicité Facebook

### VIDÉOS DE DESTINATIONS

- Vidéos de notoriété
- 10 mars au 31 mai 2023
- Entre 18 et 65 ans +
- Marché national
- Budget : 1 000 euros
- 19 842 fois que les vidéos ont été vues dans leur intégralité



### SÉJOURS EXPÉRIENCES

- 3 carrousels d'images
- 26 avril au 14 mai 2023
- Entre 25 et 65 + ans
- Marché secondaire
- Budget : 500 euros
- 697 visites sur le site via cette publication

### Les résultats concrets :

→ **916 301**

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **752 771**

Le nombre de personnes atteintes.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/04 AU 31/04

**471,11 €**

## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**1 301**

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 158 % à mars 2022

**16 273**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook.

+ 7 mentions "j'aime" au mois précédent

### INSTAGRAM

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/@livradois_forez_auvergne)

**253**

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↓ 30 % à mars 2022

**2 481**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram.

+ 40 followers au mois précédent

La diminution du nombre de personnes qui ont vu, interagi sur la page/compte Facebook et Instagram provient de la fin de la campagne d'interactions présente sur ces deux canaux de communication

# BILAN PARTENARIAT DR. GOOD



Dr. Good a lancé une série de mini vidéos “Bien là-bas”, en collaboration avec la région Auvergne Rhône-Alpes ainsi que les offices de tourisme des destinations. Ces formats vidéos proposent de découvrir des lieux à visiter et des activités a pratiquer pour rester en forme.



## Production

- Capsule vidéo de 2 à 3 min
- Vidéo activités sportives - 9/16 (IGTV)

## Diffusion

- Publication sur les réseaux Dr.Good!
  - FB (84k abonnés), IG (204k abonnés) & TikTok (20,4k)
- Publication sur les réseaux sociaux des partenaire
  - Maison du tourisme du Livradois-Forez
  - Office de tourisme Loire-Forez

## Les résultats

**Dr. Good!** Michel Cymes



**389 000**  
vues sur Instagram



**410 400**  
vues sur Facebook



**Livradois-Forez** PARC NATUREL REGIONAL EN AUVERGNE  
MAISON DU TOURISME



**4 067**  
vues sur Instagram



**3 344**  
vues sur Facebook





JUIN 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



# ESCAPADES EN LIVRADOIS-FOREZ



© DAVID FROBERT

À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers pleine nature.

## Cibles

1

- Couples
- Excursionnistes
- Habitants

## Marchés géographiques

2

- Puy-de-Dôme / Loire / Rhône
- Nouvelle Aquitaine / Île-de-France / Centre Val de Loire

## Site internet

- Préparation du site internet pour la saison estivale
- Optimisations et recommandations - référencement



## Publicité Facebook

- 1 campagne de trafic "Préparation saison estivale"



## Les offres du mois

### ACTIVITÉS

- Idées circuits à vélo (cyclo, etc.)
- Balades Nature et Patrimoine
- Grands événements :
  - La Cyclo Cyfac
  - Promotion de la billetterie - Festival de Montpeloux / Concerts de Vollore
- Route des Métiers

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



[www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com) 🔍



**31 000** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 7 % au mois d'avril 2022

**76 708** pages vues sur le site internet  
↑ 7,7 % au mois d'avril 2022

Depuis le  
**1er janvier  
2023 :**

108 310 visiteurs  
uniques sur le site  
↑ 42,7 % à l'année  
2022

295 896 pages  
vues sur le site  
↑ 24 % à l'année  
2022

## D'où viennent les visiteurs ?

**16 405** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**2 540** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.



**13 135** visiteurs viennent des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires mises en place par la MDT.

**1 417** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs à la MDT (ex : festival-ambert.fr)

[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com) 🔍



**4 955** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 12,7% depuis avril 2023

**6 886** pages vues sur le site internet  
↑ 8,9 % depuis avril 2023

# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicité Facebook

### VIDÉOS DE DESTINATIONS

- Vidéos de notoriété
- 10 avril au 31 mai 2023
- Entre 18 et 65 ans +
- Marché national
- Budget : 1 000 euros
- 363 362 fois que les vidéos ont été vues dans leur intégralité



### MENTIONS "J'AIME"

- 4 images
- 3 mai au 31 mai 2023
- Entre 18 et 65 + ans
- Marché national
- Budget : 1 000 euros
- 1 496 mentions "j'aime" via cette publication



Campagne de promotion des séjours expériences

- 3 290 vues de page de destination via cette publication
- 4 833 clics sur un lien ("j'aime", "en savoir plus", etc.)

Campagne de promotion du compte Instagram

- 74 360 comptes touchés
- 623 visites du compte
- 125 followers acquis via cette publication

### Les résultats concrets :

→ **2 084 251**

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **988 190**

Le nombre de personnes atteintes.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/05 AU 31/05

**2 190,25 €**

## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**9 773**

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 2,4 k à mai 2022

**17 690**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook.

+ 1 417 mentions "j'aime" au mois précédent

### INSTAGRAM

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/@livradois_forez_auvergne)

**796**

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↑ 541,9 % à mars 2022

**2 637**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram.

+ 156 followers au mois précédent



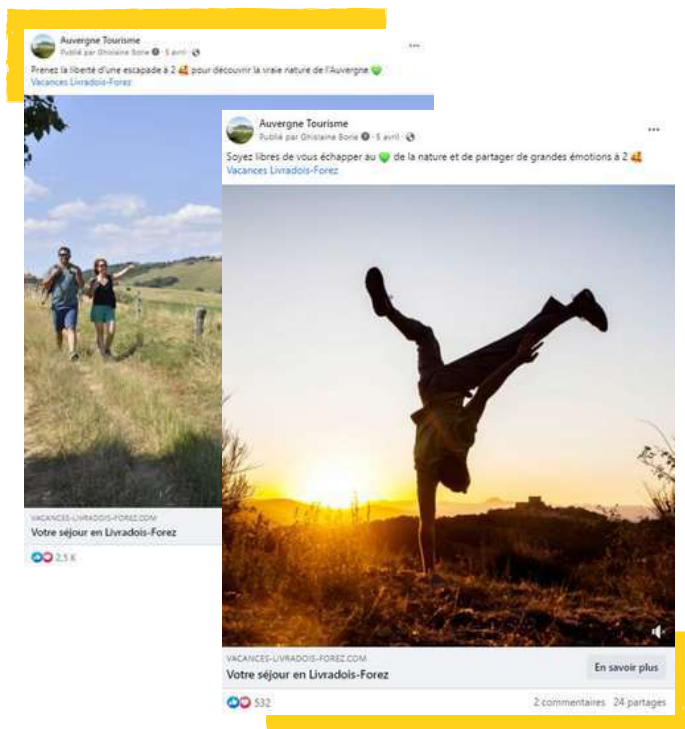
# BILAN PARTENARIAT

## PARTENARIAT AVEC AUVERGNE RHÔNE-ALPES TOURISME



## Publicités Facebook

Un ensemble publicitaire a été programmé sur la période propice aux courts séjours en ailes de saison (couples urbains sans enfants). Cet ensemble publicitaire a été réalisé en partenariat avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, et a été diffusé sur leur page Facebook.



### La mise en place, les objectifs et les cibles :

- <https://www.vacances-livradois-forez.com/incontournables-activites-auvergne/slow-detox/week-end-de-printemps-en-livradois-forez-plein-cap-sur-la-nature>
- Générer du trafic vers le site web
- 6 avril au 12 mai 2023
- Marché national
- 28 - 64 ans
- 2 diaporamas de photos diffusés sur Facebook et Instagram

## Les résultats

→ **3 767 446**

| fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **57 376**

| clics sur le lien intégré au sein de la publication.

→ **1 112 165**

| personnes atteintes via cette publication.

→ **2 883**

| réactions aux publications ("j'aime", "j'adore", etc.).



Une prochaine campagne en partenariat avec l'Auvergne Rhône-Alpes Tourisme est prévue en août. L'objectif de cette campagne est de promouvoir les ailes de saison de septembre et d'octobre auprès des couples et des familles.



JUILLET 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



AOÛT 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



# EXPLORATION DU LIVRADOIS-FOREZ



© DAVID FROBERT

À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers pleine nature.

## Cibles

1

- Familles
- Couples
- Excursionnistes

## Marchés géographiques

2

- Puy-de-Dôme / Loire / Rhône / Isère
- Île-de-France / Pays de la Loire

## Les offres du mois

### ACTIVITÉS

- Balades Nature et Patrimoine et visites guidées du territoire.
- Grands événements :
  - Les Rencontres d'Arioso
  - Festival de la Chaise-Dieu
  - Foire à l'ail

## Publicités sur Facebook

- 1 campagne d'interaction : "Mentions J'aime"
- 1 campagne de trafic, ciblé "cœur de cible", sur les activités à faire en famille, pendant les vacances.
- 1 campagne de trafic en partenariat avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme pour promouvoir les "ailes de saison".

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



[www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com) 🔍



**48 534** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 1,8 % au mois de juin 2022

**133 609** pages vues sur le site internet  
↓ 3,1 % au mois de juin 2022

Depuis le  
1er janvier  
2023 :

180 819 visiteurs  
uniques sur le site  
↑ 22,2 % à l'année  
2022

501 037 pages  
vues sur le site  
↑ 11,5 % à l'année  
2022

## D'où viennent les visiteurs ?

**36 043** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**5 129** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.



**7 765** visiteurs viennent des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires mises en place par la MDT.

**3 841** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs à la MDT (ex : ville-thiers.fr)

[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com) 🔍



**8 273** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 88,32 % depuis juin 2023

**11 644** pages vues sur le site internet  
↑ 93,3 % depuis juin 2023



# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicité Facebook

### VISITES GUIDÉES & BNP

- 1 carrousel renvoyant vers des liens différents : visites guidées / balades Nature et Patrimoine / animations et ateliers / événements et concerts
- 10 juillet au 31 juillet 2023
- Entre 28 et 65 ans +
- 1 h autour du Livradois-Forez
- Budget : 500 euros



### MENTIONS "J'AIME"

- 3 images
- 1 juillet au 27 août 2023
- Entre 18 et 65 + ans
- Marché national
- Budget : 1 000 euros
- 1 020 mentions "j'aime" via cette publication

### Les résultats concrets :

→ **1 118 567**

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **457 220**

Le nombre de personnes atteintes.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/07 AU 31/07

**1 000 €**

## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**12 592**

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 870,1 à juin 2022

**18 712**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook

+ 1 121 mentions "J'aime" au mois précédent

### INSTAGRAM

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)



**259**

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↑ 34,2 à juin 2022

**2 679**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram

+ 22 followers au mois précédent

## La lettre d'information numérique

envoyée le 05/07/2023



**6093**

fois où la lettre d'information numérique a été délivrée

**2 297**

fois où la lettre d'information numérique a été ouverte

**203**

clics sur l'un des liens intégrés au sein de la lettre d'information numérique



SEPTEMBRE 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



# EXPLORATION DU LIVRADOIS-FOREZ



© DAVID FROBERT

À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent à l'univers tourisme durable et éco-responsable.

## Cibles

# 1

- Couples
- Excursionnistes
- Résidents du L-F

## Marchés géographiques

# 2

- Puy-de-Dôme / Loire / Rhône /
- Île-de-France / Pays de la Loire / Nouvelle Aquitaine

## Les offres du mois

- Balades Nature et Patrimoine et visites guidées du territoire.
- Journées Européennes du Patrimoine
- Festival Ecopolys
- Saison culturelle d'Ambert

## Publicités sur Facebook

- 1 campagne de trafic en partenariat avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme pour promouvoir les "ailes de saison".
  - Mis en place sur leur Facebook :
- 1 campagne de trafic en partenariat avec l'agence départementale des Gîtes de France - Puy-de-Dôme pour promouvoir les hébergements : gîtes et chambres d'hôtes

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



[www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com)



**53 840** visiteurs uniques sur le site internet  
↓ 25,1 % au mois d'août 2022

**136 976** pages vues sur le site internet  
↓ 15,7 % au mois d'août 2022

Depuis le  
1er janvier  
2023 :

234 656 visiteurs  
uniques sur le site  
↑ 6,7 % à l'année  
2022

638 013 pages  
vues sur le site  
↑ 4,3 % à l'année  
2022

## D'où viennent les visiteurs ?

**43 196** visiteurs proviennent des moteurs de recherche type Google, Yahoo, etc.

**5 536** visiteurs ont accédé au site à partir d'une URL directement saisi dans le navigateur.



**8 616** visiteurs viennent des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires mises en place par la MDT.

**2 898** visiteurs proviennent des sites internet extérieurs à la MDT (ex : ville-thiers.fr)

[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com)



**10 230** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 23,7 % au mois de juillet 2023

**14 218** pages vues sur le site internet  
↑ 22,1 % au mois de juillet 2023



# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## Publicité Facebook

### VISITES GUIDÉES & BNP

- 1 carrousel renvoyant vers des liens différents : visites guidées / balades Nature et Patrimoine / animations et ateliers / événements et concerts
- 11 août au 31 août 2023
- Entre 28 et 65 ans +
- 1 h autour du Livradois-Forez
- Budget : 500 euros



### MENTIONS "J'AIME"

- 3 images
- 1 juillet au 27 août 2023
- Entre 18 et 65 + ans
- Marché national
- Budget : 1 000 euros
- 1 020 mentions "j'aime" via cette publication

### JEU CONCOURS

- 2 publications boostées (l'une sur Instagram et l'autre sur Facebook)
- Promotion du jeu concours 2024.
- Entre 25 et 65 ans +
- Marché secondaire
- Budget : 540 euros



### Les résultats concrets :

→ **2 087 336**

Le nombre de fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **782 346**

Le nombre de personnes atteintes.

### BUDGET GLOBAL

DU 01/08 AU 31/08

**1 540 €**

## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**19 072**

Le nombre de fois où la page a été consultée

↑ 283,3 % à août 2022

**19 778**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook

+ 1 066 mentions "J'aime" au mois précédent

### INSTAGRAM

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)



**554**

Le nombre de fois où le profil a été consulté

↑ 99,3 % à août 2022

**2 730**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram

+ 51 followers au mois précédent



OCTOBRE 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



# PETITS TRAJETS, GRANDES DÉCOUVERTES



© J. DAMASE

À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent au deux univers : pleine nature et art de vivre.

## Cibles

# 1

- Couples
- Excursionnistes
- Résidents du L-F

## Marchés géographiques

# 2

- Puy-de-Dôme / Loire / Rhône /
- Île-de-France

## Les offres du mois

- Roc d'Azur du 04/10 au 08/10
  - Semaine VTT, avec promotion de 3 circuits
- Animations pour les vacances scolaires
- 31/10 : Halloween

## Publicités sur Facebook

- 1 campagne d'interaction mentions "J'aime"
- 1 campagne de trafic, pour obtenir plus de visites sur le compte Instagram

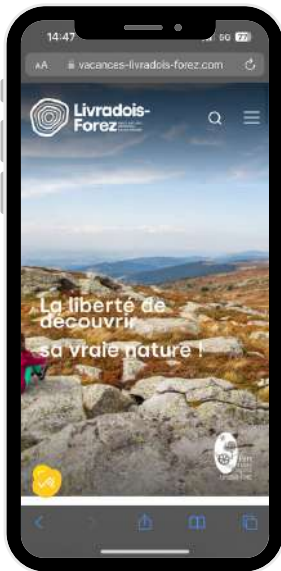


# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Les sites internet 🔍

[www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com)



**41 724**

visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 100 % au mois de septembre 2022

**85 559**

pages vues sur le site internet  
↓ 75 % au mois de septembre 2022

Depuis le  
**1er janvier  
2023 :**

276 379 visiteurs  
uniques sur le site  
↑ 15 % à l'année  
2022

723 572 pages  
vues sur le site  
↑ 9,5 % à l'année  
2022

*D'où viennent les visiteurs ?*

**24 172**

Campagnes  
publicitaires

**17 492**

Moteur de  
recherche

**2 656**

Sites externes

**1 226**

Trafic

[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com)

**4 815**

visiteurs uniques sur le site internet  
↓ 53 % au mois de septembre 2023

**6 597**

pages vues sur le site internet  
↓ 54 % au mois de septembre 2023



## Les réseaux sociaux

**FACEBOOK** 

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**1 902**

Le nombre de fois où la  
page a été consultée ↓ 70 % à septembre 2022

**19 776**

Le nombre de mentions  
"J'aime" sur la page + 18 mentions "J'aime" au  
mois précédent  
Facebook

**INSTAGRAM**

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)



**192**

Le nombre de fois où  
le profil a été consulté ↑ 10 % à septembre 2022

**2 730**

Le nombre d'abonnés  
sur le compte Instagram

La diminution du nombre de personnes qui ont vu, interagi sur la page/compte Facebook et Instagram provient de la fin de la campagne d'interactions présente sur ces deux canaux de communication.

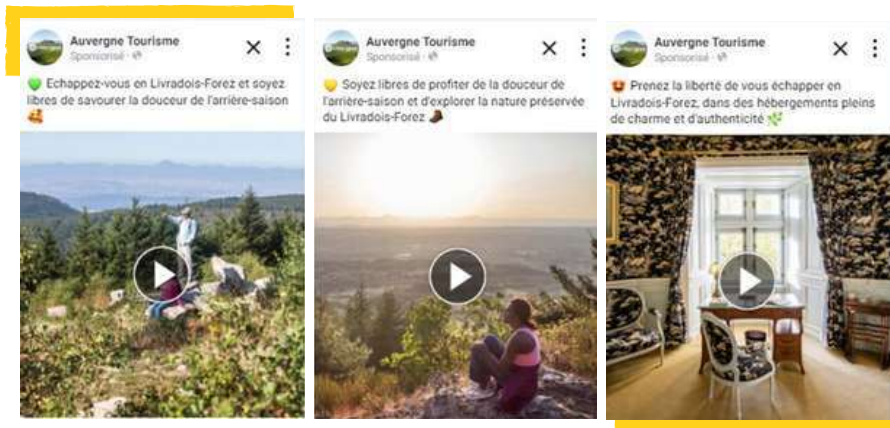
# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES EN PARTENARIAT



Deux ensembles publicitaires ont été programmés sur la période propice aux courts séjours en ailes de saison :

- Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, et a été diffusé sur leur page Facebook.
- Gîtes de France, et a été diffusé sur la page Facebook de la Maison du tourisme.

## PARTENARIAT AVEC AUVERGNE RHÔNE-ALPES TOURISME



*La mise en place, les objectifs et les cibles :*

- Générer du trafic vers le [site web](#)
- 29 août au 30 septembre 2023
- Marché national
- 25 - 64 ans, couples
- 3 diaporamas de photos diffusés sur Facebook et Instagram

*Les résultats :*

→ **2 689 559**

fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **880 022**

personnes atteintes via cette publication.

→ **34 002**

clics sur le lien intégré au sein de la publication.

## PARTENARIAT AVEC GÎTES DE FRANCE - PUY-DE-DÔME



*La mise en place, les objectifs et les cibles :*

- Générer du trafic vers le [site web](#)
- 1er septembre au 30 septembre 2023
- Marché ciblé
- 25 - 65 + ans, couples et familles avec enfants en bas âges
- 1 diaporama de photos et 1 carrousel diffusés sur Facebook et Instagram

*Les résultats :*

→ **499 996**

fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **190 026**

personnes atteintes via cette publication.

→ **8 841**

vues de page de destination



NOVEMBRE 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



# AUTOMNE DANS LE LIVRADOIS-FOREZ



© D.FROBERT

À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent au deux univers : tourisme durable et éco-responsable.

## Cibles

# 1

- Résidents du L-F
- Excursionnistes

## Marchés géographiques

# 2

- Puy-de-Dôme / Loire / Rhône /
- Île-de-France

## Publicités sur Facebook

- 1 campagne de trafic, pour booster les réservations en ligne - hébergements.
- 1 campagne d'interaction pour booster la visibilité du compte Instagram.
- 1 campagne de trafic pour booster la visibilité du jeu concours.
- Continuité de la campagne d'interaction mentions "J'aime".

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Les sites internet 🔍

[www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com)



**16 741** visiteurs uniques sur le site internet  
↓ 48 % au mois d'octobre 2022

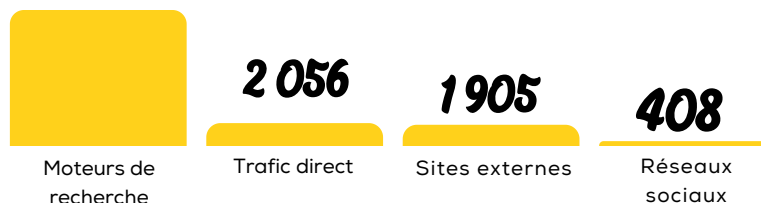
**22 176** pages vues sur le site internet  
↓ 42 % au mois d'octobre 2022

**Depuis le 1er janvier 2023 :**

- 290 909 visiteurs uniques sur le site ↑ 5 % à l'année 2022
- 831 331 pages vues sur le site ↑ 5,5 % à l'année 2022

### D'où viennent les visiteurs ?

**12 392**



[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com)

**5 801** visiteurs uniques sur le site internet  
↑ 5,5 % au mois de septembre 2023

**10 451** pages vues sur le site internet  
↑ 25 % au mois de septembre 2023



## Les réseaux sociaux

### FACEBOOK

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**9 381**

Le nombre de fois où la page a été consultée ↑ 362,3 % à octobre 2022

**20 613**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook + 837 mentions "J'aime" au mois précédent

### INSTAGRAM

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)

**2 094**

Le nombre de fois où le profil a été consulté ↑ 247,3 % à octobre 2022

**2 971**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram + 241 followers au mois précédent

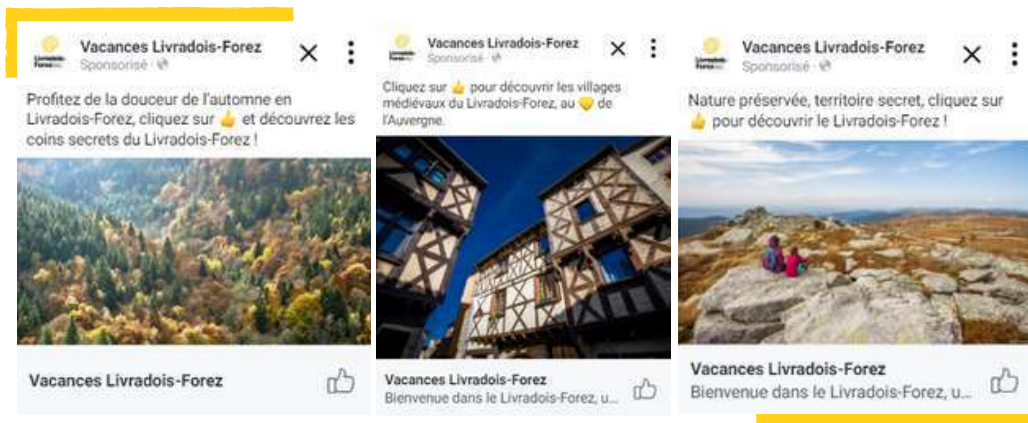
L'augmentation du nombre de personnes qui ont vu, interagi sur la page/compte Facebook et Instagram provient de la campagne d'interactions présente sur ces deux canaux de communication.



# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## CAMPAGNE D'INTERACTION - MENTIONS "J'AIME"



### La mise en place, les objectifs et les cibles :

- Obtenir des mentions "J'aime".
- 18 octobre au 17 novembre 2023.
- Marché national.
- 18 - 65+ ans.
- 3 photos de diffusées sur Facebook.

## POST BOOSTÉ - VISITE DU PROFIL INSTAGRAM



### La mise en place, les objectifs et les cibles :

- Générer du trafic vers le compte Instagram
- 17 octobre au 31 octobre 2023
- Marché ciblé
- 25 - 65 + ans, couples et familles avec enfants en bas âge
- 1 photo publiée sur le compte Instagram et boostée sur le même réseau social.

## Les résultats

→ **595 839**

fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **321 589**

personnes atteintes via cette publication.

**BUDGET GLOBAL**

DU 01/10 AU 31/10

**748,03 €**

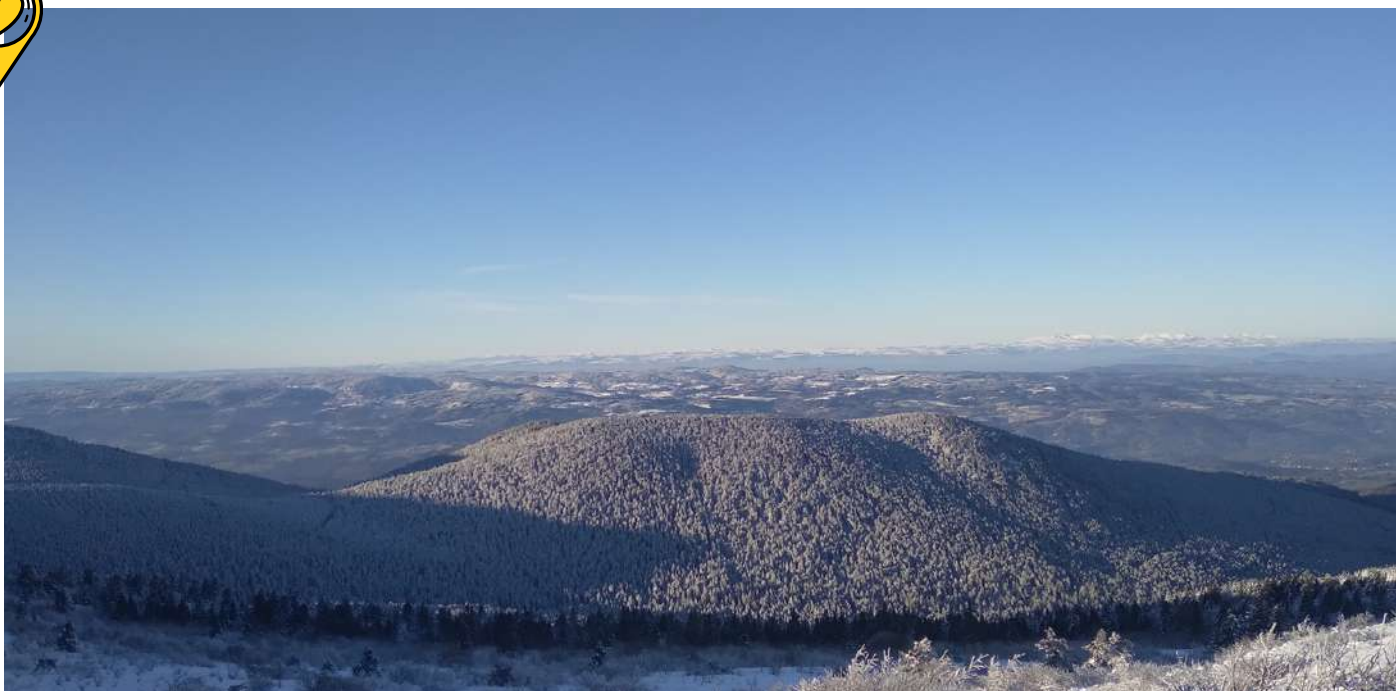
DÉCEMBRE 2023



# PLAN DE COMMUNICATION



# NOËL EN LIVRADOIS-FOREZ



À qui s'adresse la campagne de communication ?



Pour diffuser l'information, la Maison du tourisme a identifié 3 cibles, selon leurs degrés d'importance, qui correspondent au deux univers : art de vivre.

## Cibles

# 1

- Résidents du L-F
- Familles
- Couples

## Marchés géographiques

# 2

- Puy-de-Dôme / Loire / Rhône /
- Bouches-du-Rhône

## Publicités sur Facebook

### En place

- 1 campagne de trafic pour booster la visibilité du jeu concours.
- 1 campagne d'interactions mentions "J'aime".

### Continuité

- 1 campagne de trafic, pour booster les réservations en ligne - hébergements.
- 1 campagne d'interaction pour booster la visibilité du compte Instagram.

# BILAN DES OUTILS NUMÉRIQUES



## Les sites internet 🔍

[www.vacances-livradois-forez.com](http://www.vacances-livradois-forez.com)



Sur le mois de novembre :

**12 665** visiteurs uniques sur le site internet

↓ 20 % au mois de novembre 2022

**39 803** pages vues sur le site internet

↓ 20 % au mois de novembre 2022

Depuis le 1er janvier 2023 : 301 393 visiteurs uniques sur le site ↑ 6 % à l'année 2022

870 956 pages vues sur le site ↑ 4 % à l'année 2022

D'où viennent les visiteurs ?

**7080**

Moteurs de recherche

**2 042**

Réseaux sociaux

**1796**

Sites référents

**1512**

Trafic direct

Depuis le 1er juillet 2023, la CNIL a renforcé les mesures concernant le **consentement des visiteurs et l'utilisation de leurs données personnelles**, pour des fins marketing. Selon une étude de **Commanders Act**, sur 13 millions de personnes interrogées, **30%** d'entre eux ne donnent pas leur consentement. **Pour avoir une estimation de la perte de trafic, une seconde mesure sera communiquée en prenant en compte les 37% de non-consentement.**

Sur le mois de novembre :

**16 464** visiteurs uniques sur le site internet

Depuis le 1er janvier 2023 :

**366 448** visiteurs uniques sur le site internet

[www.livradois-forez-rando.com](http://www.livradois-forez-rando.com)

**3 377** visiteurs uniques sur le site internet 33 % au mois d'octobre 2023

**19 392** pages vues sur le site internet 85 % au mois d'octobre 2023



## Les réseaux sociaux

**FACEBOOK** 

[www.facebook.com/vacances.livradois.forez](http://www.facebook.com/vacances.livradois.forez)

**2 051**

Le nombre de fois où la page a été consultée ↑ 6 % à novembre 2022

**21 279**

Le nombre de mentions "J'aime" sur la page Facebook + 666 mentions "J'aime" au mois précédent

**INSTAGRAM** 

[@livradois\\_forez\\_auvergne](https://www.instagram.com/livradois_forez_auvergne)

**286**

Le nombre de fois où le profil a été consulté ↓ 50 % à novembre 2022

**3 164**

Le nombre d'abonnés sur le compte Instagram + 193 followers au mois précédent

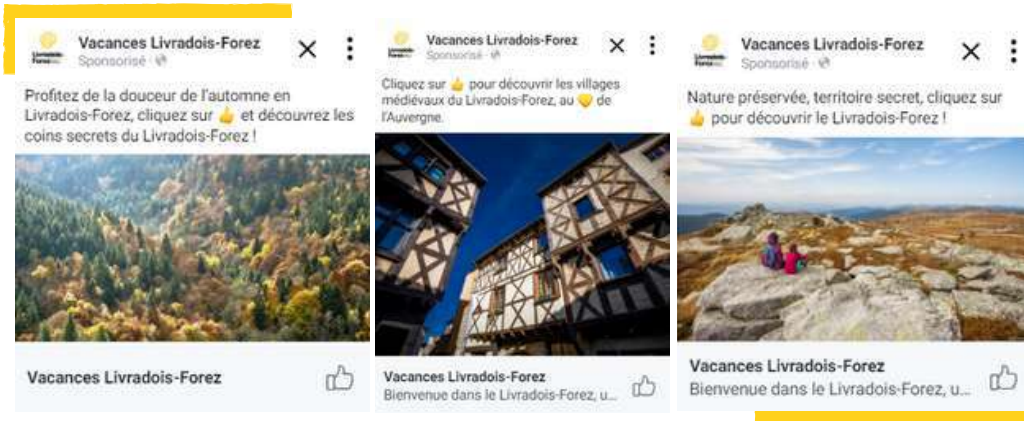
L'augmentation du nombre de personnes qui ont vu, interagi sur la page/compte Facebook et Instagram provient des campagnes d'interactions présentes sur ces deux canaux de communication.



# BILAN DES CAMPAGNES DIGITALES



## INTERACTION - MENTIONS "J'AIME"



### La mise en place, les objectifs et les cibles :

- Obtenir des mentions "J'aime".
- 18 octobre au 17 novembre 2023.
- Marché national.
- 18 - 65+ ans.
- 3 photos diffusées sur Facebook.
- 1 571 mentions "j'aime" obtenus.

## VISITE DU PROFIL INSTAGRAM



### La mise en place, les objectifs et les cibles :

- Générer du trafic vers le compte Instagram
- 14 nov. au 20 déc. 2023
- Marché ciblé
- 1 photo publiée sur le compte Instagram et boostée sur le même réseau social.

## TRAFIC - HÉBERGEMENTS



### La mise en place, les objectifs et les cibles :

- Générer du trafic vers le site internet
- 23 nov. au 10 déc. 2023
- Marché ciblé
- 1 carrousel publié sur Facebook, Instagram et Messenger

## Les résultats

→ **1 250 064**

fois que les publicités sont apparues à l'écran.

→ **549 497**

personnes atteintes via cette publication.

### BUDGET GLOBAL

DU 01/11 AU 31/11

**1 193,24 €**