



Bilans

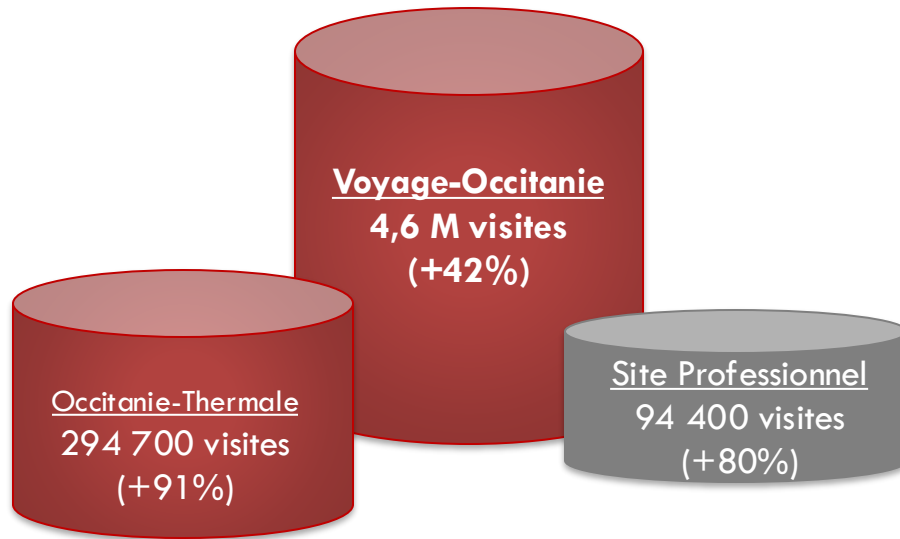
**Sites
Internet**



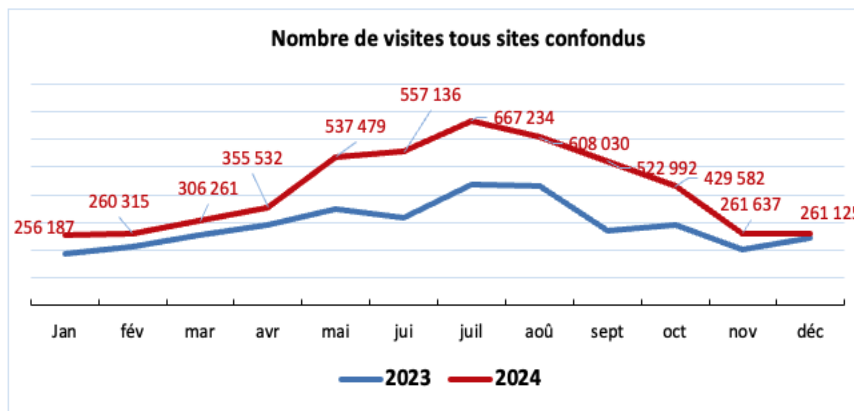
**Réseaux
Sociaux**

2024

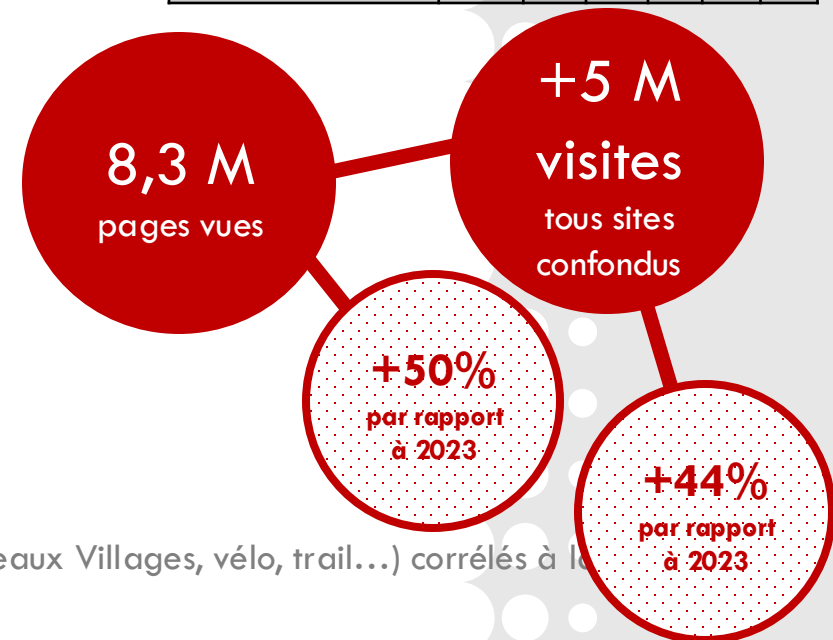
Sites Internet : audiences (toutes versions et sites confondus)



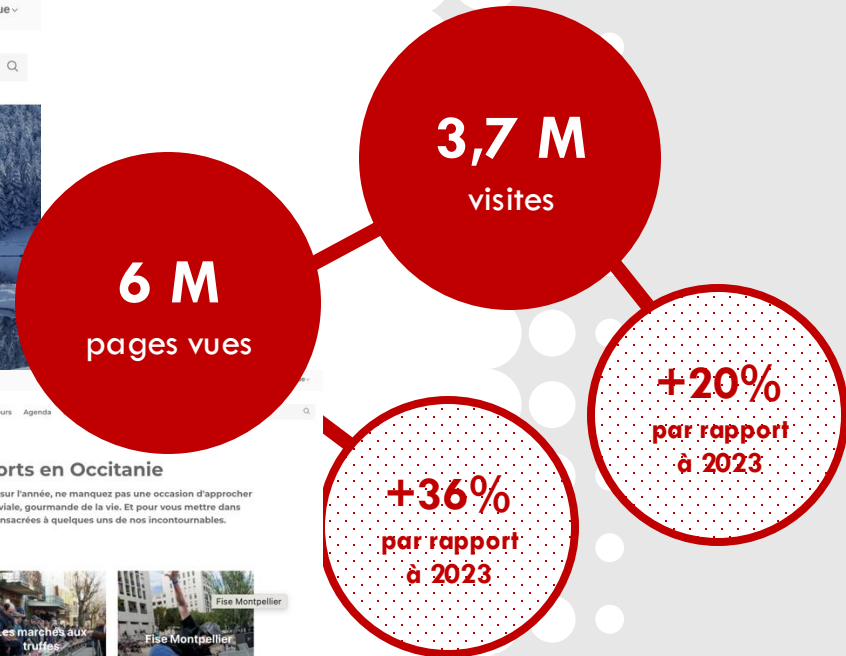
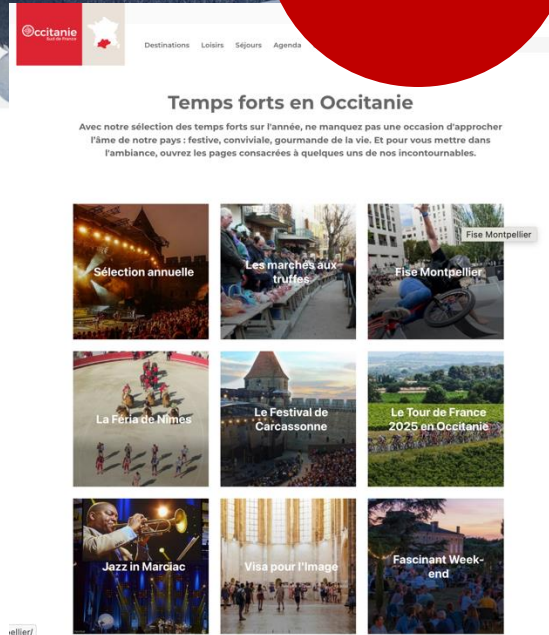
	FR	GB	ES	IT	DE	NL
<u>Voyage Occitanie</u>	X	X	X	X	X	X
<u>Occitanie Rail Tour</u> ♦	X	X	X			
<u>Thermalisme</u>	X					
<u>Destination Sport</u>	X	X	X	X	X	X
<u>MICE</u>	X	X				
<u>Professionnel</u>	X					
<u>Presse</u>	X	X				
<u>Voyagistes</u>	X	X	X	X	X	X
<u>Réseau des OGD</u>	X					



- **Progression tous les mois** sauf en décembre
- **Pics d'audience de mai à septembre** (campagnes ORT, Plus Beaux Villages, vélo, trail...) corrélés à la mise en place des campagnes ciblées
- Intérêt croissant pour les **thématiques saisonnières et locales**



Site Internet grand public : version française



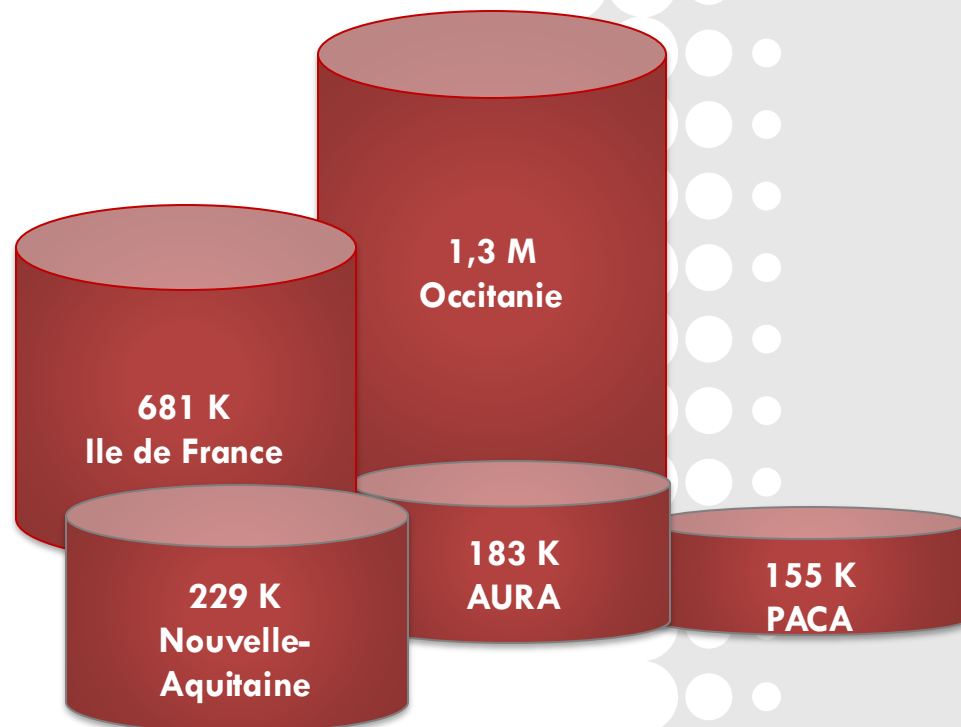
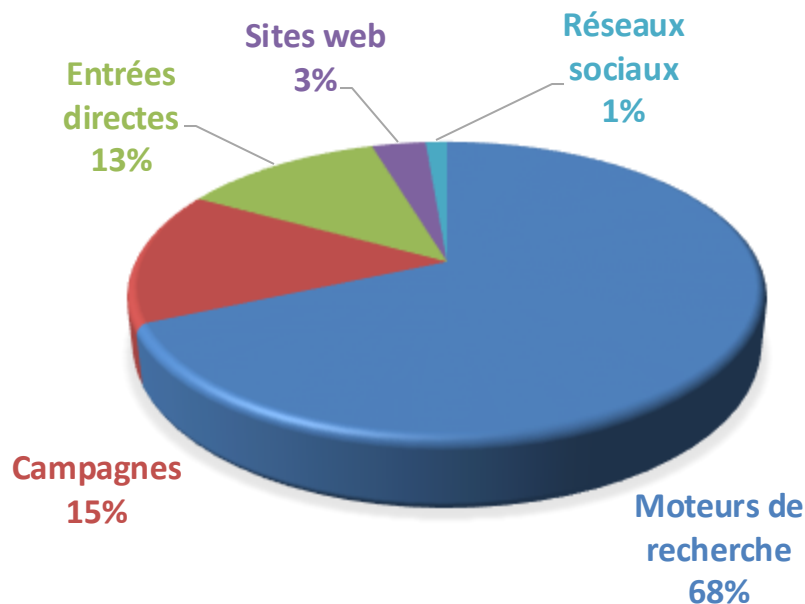
	Top 10 Site GP FR 2024	Vues
	TOTAL vues site GP	6 millions
1	Total fiches prestataires (OIs)	2,8 millions
2	Fiches OI Fêtes et manifestations	1 million
3	Destinations	894 100
4	Loisirs	656 100
5	Occitanie Rail Tour (campagne V2)	516 300
6	Agenda	444 300
7	Incontournables	387 000
8	Pratique	379 000
9	Destinations phares (campagne)	352 300
10	Autour de...	250 900

- La croissance du trafic lié aux campagnes digitales (+61%) en 2024 démontre l'efficacité des stratégies de communication.
- Augmentation régulière d'audience : **trafic multiplié par 3** entre 2019 et 2024.

Site Internet grand public : version française

Sources de trafic

- La recherche par mots-clés via les **moteurs de recherche** reste la principale source de trafic, soulignant le **bon référencement naturel** des sites.
- Les **campagnes digitales** contribuent significativement à booster les visites.



Provenance géographique des visiteurs

93% de l'audience du site en français provient de France

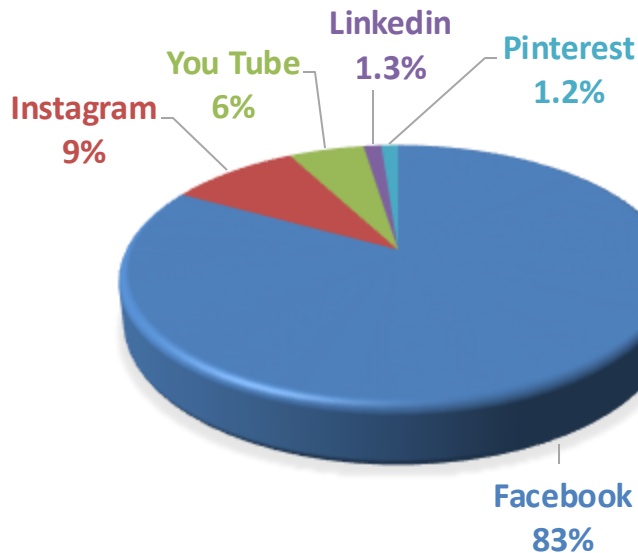
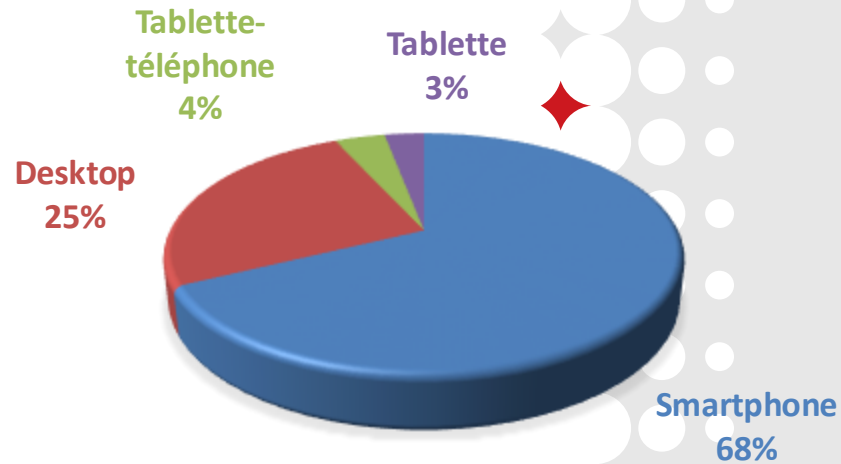
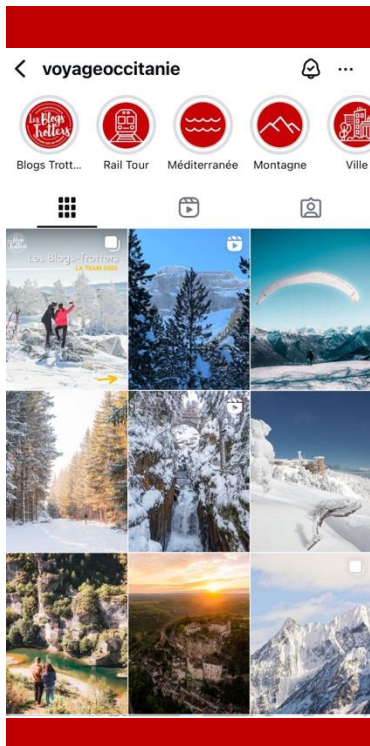
Métropolitaine

- 38% d'Occitanie,
- 20% d'Île-de-France
- 7% de Nouvelle-Aquitaine.

Site Internet grand public : version française

Terminaux utilisés

La part des visites sur **smartphone (68%)** progresse de **2 points** tandis que celle sur ordinateur diminue d'**1 point**.



Réseaux sociaux référents

Parmi les réseaux sociaux ayant généré des visiteurs sur notre site Internet, la part de Facebook diminue de **6 points** tandis que celle d'**Instagram progresse de 4 points**.

Site étrangers grand public : visit-occitanie.com

Audience sites étrangers : 921 400 visites (X 5 vs 2023)



Site anglais

279 500 (x5)



Site néerlandais

127 500 (x3)



Site allemand :

141 700 (x3)



Site espagnol

290 800 (x7)



Site italien :

81 800 (x5)







- Forte progression des visiteurs étrangers, particulièrement sur les versions en **espagnol** et en **anglais**, en lien avec les campagnes des programmes collaboratifs.
- Succès des contenus multilingues adaptés aux marchés locaux.
- Le **Canal du Midi** et la **Côte Méditerranée** sont les thèmes les plus porteurs sur les marchés étrangers.

Performances des campagnes

- Les campagnes digitales et sociales, ciblées sur des thèmes spécifiques (rail, villages, cyclo), rencontrent un fort succès.
- Les e-newsletters restent un outil efficace d'engagement.

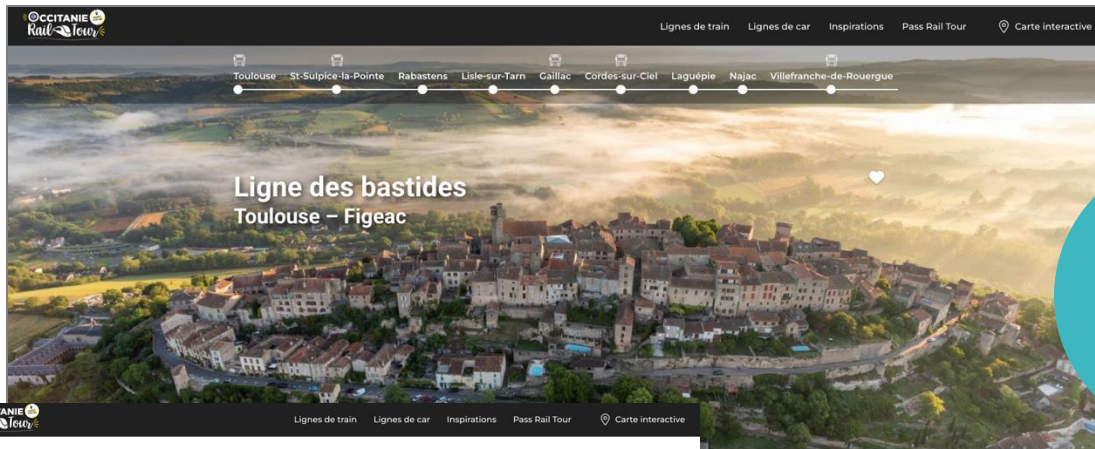
Top des campagnes sur le marché français :

Occitanie Rail Tour 1 23 600 visites	Plus Beaux Villages 102 500 visites	Cyclo 37 500 visites	Savoir Faire 34 400 visites
 <p>Voyage Occitanie Sponsorisé · 🌐</p> <p>🚂 Avec l'Occitanie Rail Tour, voyagez en illimité à partir de 10€/jour et découvrez toutes les richesses de la région en train !</p> <p>tourisme-occitanie.com Top 20 des Plus Beaux Villages d'Occitanie</p> En savoir plus	 <p>Voyage Occitanie Sponsorisé · 🌐</p> <p>🏰 Découvrez le Top 20 des Plus Beaux Villages d'Occitanie ! Villages perchés, médiévaux ou bastides, des pépites ...Voir plus</p> <p>tourisme-occitanie.com Sentiers et grandes traversées VTT</p> En savoir plus	 <p>Voyage Occitanie Sponsorisé · 🌐</p> <p>🚴 Explorez les meilleurs spots VTT en Occitanie ! Des traces variés pour tous les niveaux vous attendent pour des ...Voir plus</p> <p>tourisme-occitanie.com Sentiers et grandes traversées VTT</p> En savoir plus	 <p>Voyage Occitanie Sponsorisé · 🌐</p> <p>👨‍🔧 L'artisanat du jean français au cœur des Cévennes 🏠 Découvrez l'atelier-boutique TUFFERY à Florac. Plongez dans ...Voir plus</p> <p>Atelier TUFFERY FRANCE 1882</p> <p>tourisme-occitani... En savoir plus</p>

Focus : site Occitanie Rail Tour

Site dédié en français, anglais, espagnol pour valoriser la découverte de l'Occitanie en train et en cars : www.occitanie-rail-tour.com

- 19 lignes de train - 150 gares-étapes
- 100 lignes de cars - 300 haltes (petites villes et villages)
- Plus de 5 000 prestataires touristiques mis en avant



12,8 M
Impressions
des
publications
réseaux

2,7 M
vues vidéos
réseaux

697 K
visites
sur le site
ORT

14%
de
l'audience
globale du
site

6 K
clics vers
réservations
site liO

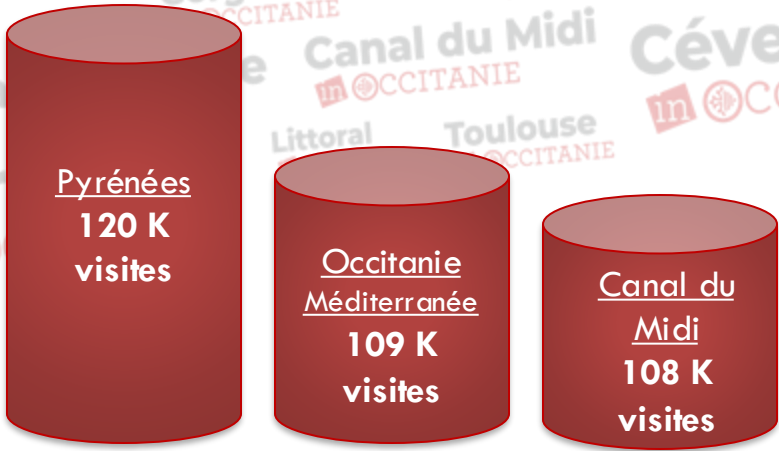
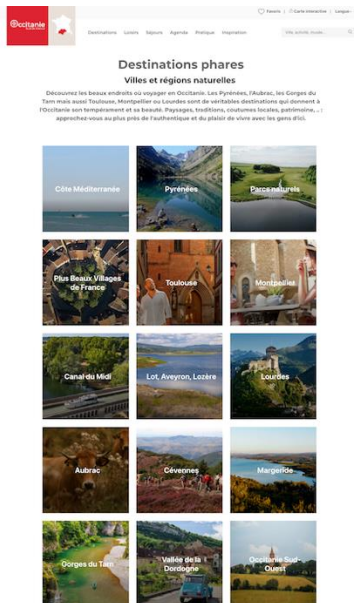


Focus : rubrique Destinations-Phares

Rubrique Destinations phares, dédiée aux programmes collaboratifs (Contrats de Destination, PACT, Parcs naturels...)

618 K
visites
toutes versions

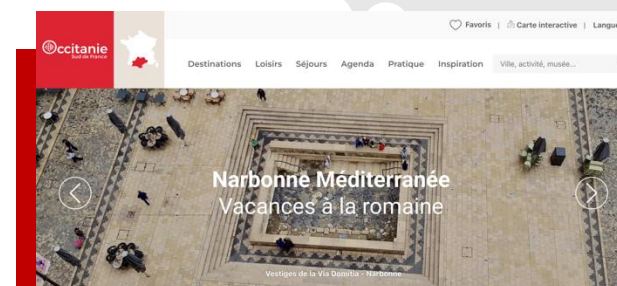
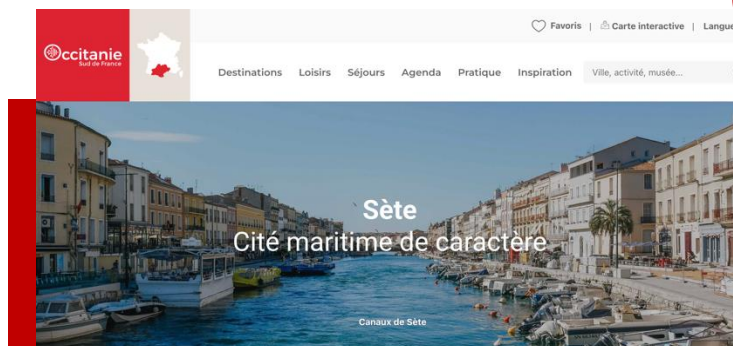
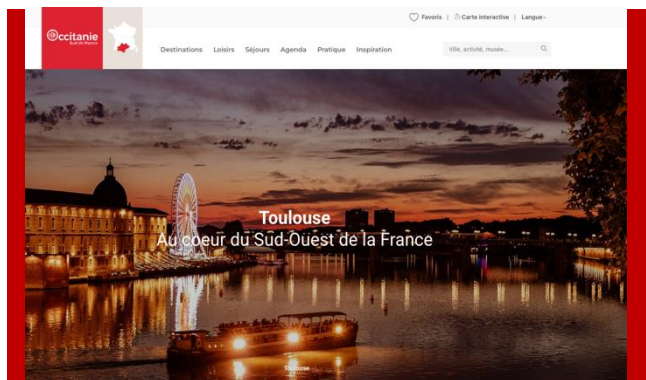
- Les pages **Pyrénées**, **Côte Méditerranée**, **Canal du Midi** représentent plus de la **moitié des visites** de cette rubrique sur les sites français et anglais.
- Importance des marchés **espagnol et anglais**, avec un intérêt marqué pour le **canal du Midi** et le **Sud-Ouest Authentique**.
- **Plus de 80 000 visites** enregistrées sur la rubrique Pyrénées grâce à la page « *En balade pour la très Haute-Garonne : vers le lac d'Oô* ».



Rubriques	Visites toutes versions
Pyrénées	119 700
Occitanie Méditerranée	109 300
Canal du Midi	108 900
Toulouse	64 600
Sud-Ouest authentique	42 800
Gorges du Tarn	42 000
Lot, Aveyron, Lozère	34 800
Montpellier	27 400
Cévennes	20 200
Aubrac	19 400
Lourdes	17 500
Parcs naturels	7 400
Occitanie Sud-Ouest	1 600
Margeride	1 400
Vallée de la Dordogne	1 100

Focus : rubrique Incontournables

Rubriques Les incontournables, dédiées aux **41 Grands Sites Occitanie**



710 K
vues
toutes
versions

Toulouse
64 K
vues

Sète
50 K
vues

Narbonne
41 K
vues

- Fin 2024, **fermeture** du site internet des Grands Sites Occitanie et redirection vers la rubrique Incontournables du site Voyage-Occitanie.

E-newsletters grand public

45 K
visites
via e-news

occitanie
Sud de France

Les voyages qui font grandir

Idées séjours & Week-end | Circuits | Voyage en train

En panne d'inspiration pour vos sorties hivernales près de chez vous ? Et bien, on a ce qu'il vous faut ! Incontournables, activités, visites, voyages... Programmez vos prochains week-ends et vacances ! Nous sommes sûrs que nous allons faire de l'hiver votre saison préférée !

NOS IDÉES DE SORTIES

Fabuleux Voyages

L'Aubrac en hiver : votre Grand Nord en Occitanie

Vous cherchez la déconnexion, la nature et les grands espaces ? Bienvenue en Aubrac ! Découvrez les versants enneigés pour dévaler les pistes, des sentiers à parcourir en raquettes, et des spécialités locales à savourer...

JE M'INSPIRE

Périodicité : mensuelle, à saisonnalité marquée

Cible : grand public, contacts issus de la base GRC pilotée par le CRTL

Contenu : valorisation des destinations vacances et week-ends en Occitanie, avec mise en avant du train, des loisirs, des séjours, des fêtes et manifestations...

e-newsletters régionales mensuelles

- 76 819 destinataires en moyenne
- Taux d'ouverture moyen : 32 % (+3 points).

e-newsletters nationales mensuelles

- 98 000 destinataires en moyenne
- Taux d'ouverture moyen : 22 % (+2 points).

E-mails filières spécifiques et collaboratifs

- 28 e-mails filières : APN, trail, thermalisme, savoir-faire... → Résultats positifs en ouverture et en taux de clics grâce à la personnalisation.

occitanie
Sud de France

Les voyages qui font grandir

Montagne | Ville | Mer | Campagne

En famille, en solo, en amoureux ou entre amis, réservez vos vacances de printemps et week-ends prolongés en Occitanie ! À la mi-saison, profitez des mimosas et amandiers en fleurs, des lumières magnifiques sur les reliefs et en bord de mer, ainsi que du soleil et des températures idéales pour visiter !

JE PARS AU PRINTEMPS

Osez les vacances sans voiture

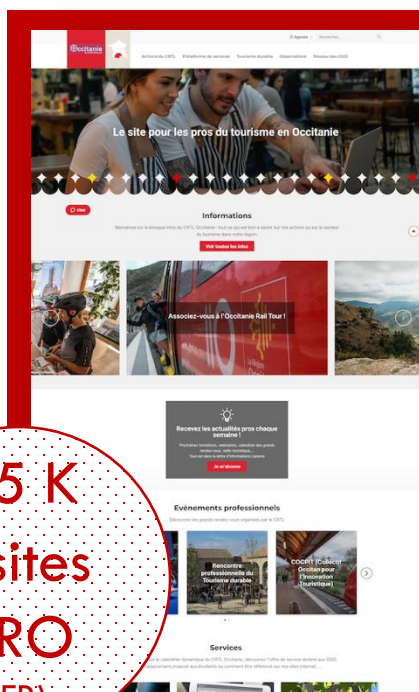
Ne vous embarrassez de rien, voyagez en train !

Découvrez comment l'Occitanie Rail Tour peut se vivre de 100 façons différentes : choisir une gare et passer une journée riche en visites ou en activités, réserver un séjour tout compris sans voiture, vivre un festival ou autre événement... Laissez-vous guider par nos suggestions et à vous l'aventure !

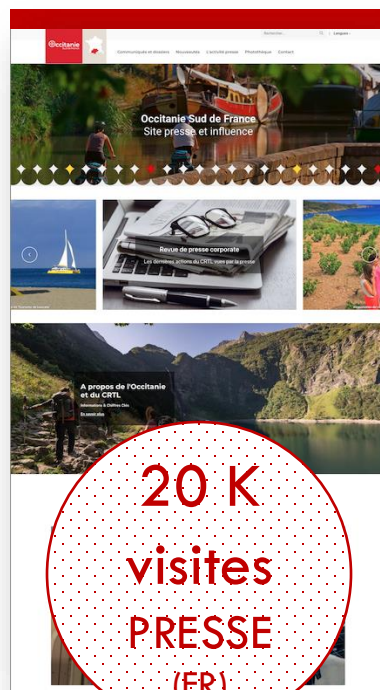
JE M'INSPIRE

Sites professionnels et spécialisés

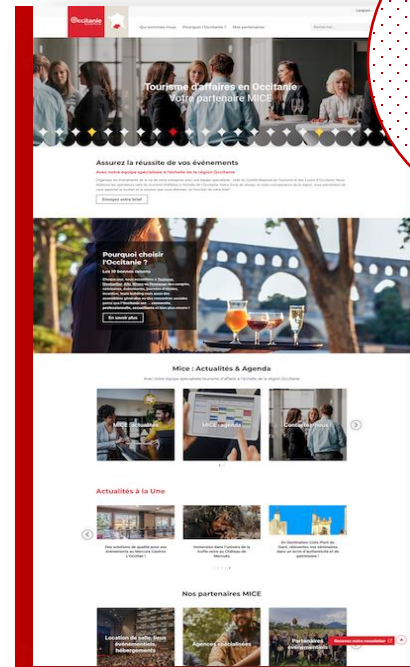
- **Site pro** : Cible : entreprises du tourisme, partenaires du CRTL, Organismes de Tourisme...
- **Presse**: Cible : journalistes et influenceurs ; versions en français et anglais
- **MICE** : Cible : clients tourisme d'affaires, organisateurs d'événements... influenceurs ; versions en français et anglais
- **Voyagistes** : Cible tours-opérateurs, agents de voyage... ; versions en français et anglais
- **Destination Sport** : Cible organisateurs d'événements sportifs, participants épreuves... ; versions en français et anglais disponible en français et anglais



95 K
visites
PRO
(FR)



20 K
visites
PRESSE
(FR)



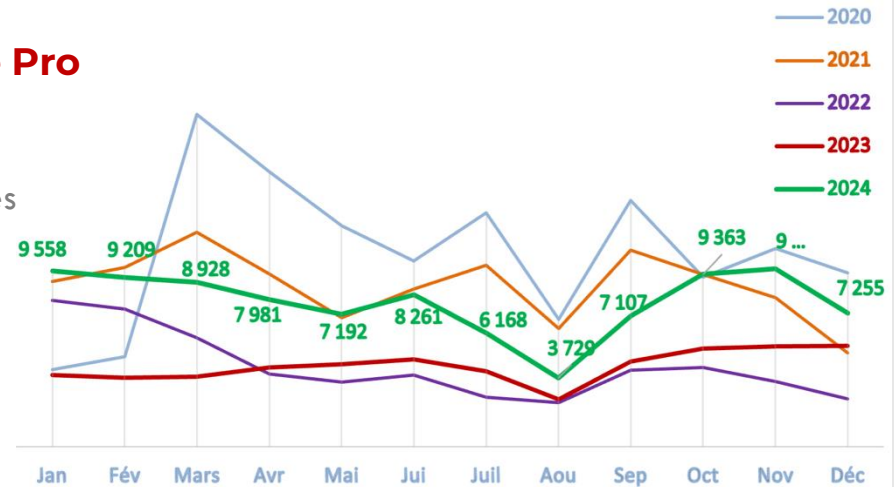
13 K
visite
MICE
(FR)

Focus : Professionnels et acteurs du tourisme

195 K
vues

Top 3 des pages vues sur le site Pro

- Plateforme de services : 83 600 vues
- Veille éco-Observatoire : 44 800 vues
- Tourisme : 21 600 vues



Outils d'informations à destination des professionnels du tourisme :

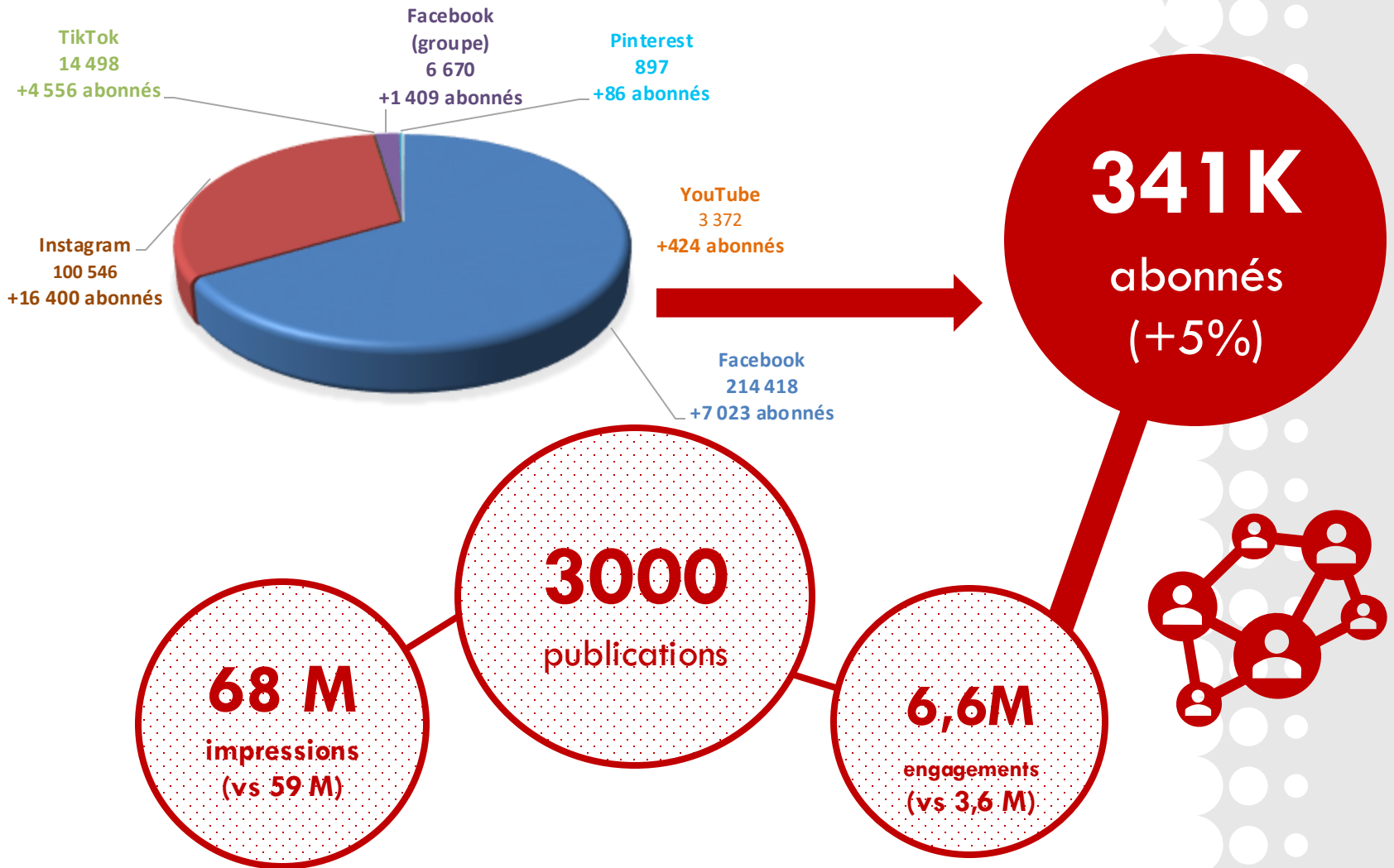
- **Liaisons** : e-newsletter hebdomadaire 49 000 abonnés
 - Taux d'ouverture moyen par numéro : **50 %** (+15 points vs 2023)
 - Nombre de clics moyen par numéro : **8 000** (X 2,5)
- **LinkedIn** : 15 892 abonnés (vs 13 206 en 2023)
 - 465 K impressions
 - 11 500 interactions
 - Taux d'engagement : 2,51 (vs 2,35 en 2024)

+20%
abonnés

- **Facebook** (groupe privé) : 3 700 abonnés



Réseaux Sociaux : grand public



Réseaux Sociaux : grand public

Interactions multipliées par 2 en 2024 en particulier sur le [compte Instagram](#)

47 vidéos produites en interne

Top 4 vidéos

- **Format vidéo ORT** (production interne) dominant sur Instagram et TikTok
- **Patrimoine culturel** continue de générer l'engagement le plus élevé
- **Interactivité** avec la communauté (collaboration, engagement)

St Guilhem le Désert 369 011 impressions	Marchés de Noël 217 547 impressions	Passerelle Mazamet 213 447 impressions	Rocamadour 190 187 impressions
 <p>Instagram post for St Guilhem le Désert. The image shows a narrow, cobblestone street in a village with stone buildings. The caption reads: "Saint-Guilhem-le-Désert". Engagement metrics: 7147 likes, 103 comments, 1462 shares, 376 saves. The post is from Voyage Occitanie, dated 2024-2-29.</p>	 <p>Instagram post for Marchés de Noël. The image shows a festive night market scene with lights and people. The caption reads: "[🌲 Marché de Noël] Plongez dans la magie de Noël en Occitanie ! 🌟 Partez à la découverte des marchés de Noël : Chalets ...Voir plus". Engagement metrics: 1142 likes, 8 comments, 37.8K views. The post is sponsored by Voyage Occitanie.</p>	 <p>Instagram Reel for Passerelle Mazamet. The image shows a suspension bridge over a valley. The caption reads: "PASSERELLE DE MAZAMET". Engagement metrics: 1142 likes, 8 comments, 37.8K views. The post is from voyageoccitanie.</p>	 <p>Instagram post for Rocamadour. The image shows a village built on a cliffside. The caption reads: "Aujourd'hui, on saute dans le train pour découvrir l'un de nos Plus Beaux Villages de France : Rocamadour dans la vallée ...Voir plus". Engagement metrics: 1142 likes, 8 comments, 37.8K views. The post is sponsored by Voyage Occitanie.</p>

Réseaux Sociaux : grand public

Collaborations influenceurs :

45 publications réalisées en partenariat avec les Blogs-Trotters d'Occitanie et des influenceurs voyage.



Principales campagnes réalisées en 2024

Occitanie Rail Tour

Impressions : 60,8M

Interactions : 372K

Clics : 241 930

A screenshot of a sponsored Facebook post from 'Voyage Occitanie'. The text reads: 'Voyagez en illimité avec le Pass Occitanie Rail Tour ! Seulement 10€/jour, valable dans toute la région Occitanie !'. Below the text is a video player showing a scenic view of a lake and mountains. At the bottom, there is a 'Pass Occitanie Rail Tour' badge and an 'En savoir plus' button.

Côte Méditerranée

Impressions : 14,4M

Interactions : 780 K

A screenshot of a sponsored Facebook post from 'Voyage Occitanie'. The text reads: 'Ici, même hors de l'eau on mouille le maillot. En famille ou entre amis, venez explorer tous les possibles de l'Occitanie.' Below the text is a video player showing a person on a bicycle overlooking a coastal town. At the bottom, there is a 'Côte Méditerranée IN OCCITANIE' badge and the text 'Ici, même hors de l'eau, on mouille le maillot.'.

PACT Aubrac Impressions :

8 M

Couverture : 3,3 M pers.

A screenshot of a Reels post from 'voyageoccitanie'. The text reads: 'AUBRAC Mettez sur pause'. Below the text is a video player showing a landscape with rolling hills. At the bottom, there is a 'voyageoccitanie' badge, an 'En savoir plus' button, and a small text box that says 'En Aubrac, la magie de l'automne éveille vos sens'.

Focus : les Blogs-Trotters d'Occitanie

Une initiative destinée à mobiliser les **habitants d'Occitanie passionnés par la destination**, actifs sur les réseaux sociaux, et bénéficiant de leur propre communauté.



Résultats 2024

 18
collaborations

 500
stories

 325 000
impressions

 2 350 000
vues



2,3 M
vues

Les Blogs-Trotters
ont fait rayonner
l'Occitanie grâce à des
contenus **captivants et**
engagés

Contribution à
l'animation de la
communauté
des réseaux sociaux
du CRTL.

Focus : faits marquants 2024

- Dépassement de la barre des **100 000 abonnés sur [Instagram](#)**
- 38 % des publications en 2024 axées sur le **tourisme durable**.
- Relance du compte **[Pinterest Voyage Occitanie](#)**



Année exceptionnelle en termes de **croissance**

d'audience. Succès des **campagnes ciblées** et du

contenu de qualité. Accent sur la **diversification des**

audiences. **Optimisation du trafic** des campagnes. Priorité à

l'**analyse comportementale** pour mieux

comprendre les attentes des utilisateurs. Renforcement des synergies entre

campagnes digitales et contenu organique.



MERCI DE VOTRE ATTENTION
communication@crtoccitanie.fr



#VoyageOccitanie