

LES VACANCES DES FRANÇAIS POUR L'ÉTÉ 2024

PÉRIODE MAI – OCTOBRE

Focus Occitanie



L'Agence

x



potloc



MÉTHODOLOGIE



L'ENQUÊTE

OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

UN BAROMÈTRE QUI RENTRE DANS SA 5ÈME ÉDITION, DÉVELOPPÉ INITIALEMENT LORS DU 1ER CONFINEMENT, AFIN DE CONNAÎTRE LES INTENTIONS DE VACANCES DES FRANÇAIS - ET PLUS PARTICULIÈREMENT DES HABITANTS DE L'OCCITANIE - SUR LA PÉRIODE DE MAI À OCTOBRE

UN TERRAIN DU 19 AU 25 JANVIER

- INTENTIONS DE DÉPART
- DESTINATIONS
- TOURISME DE PROXIMITÉ
- BUDGET
- ACTIVITÉS
- MODES D'INFORMATIONS
- PERCEPTION DE LA RÉGION D'HABITATION

UNE ENQUÊTE ON LINE EN PARTENARIAT AVEC L'INSTITUT POTLOC

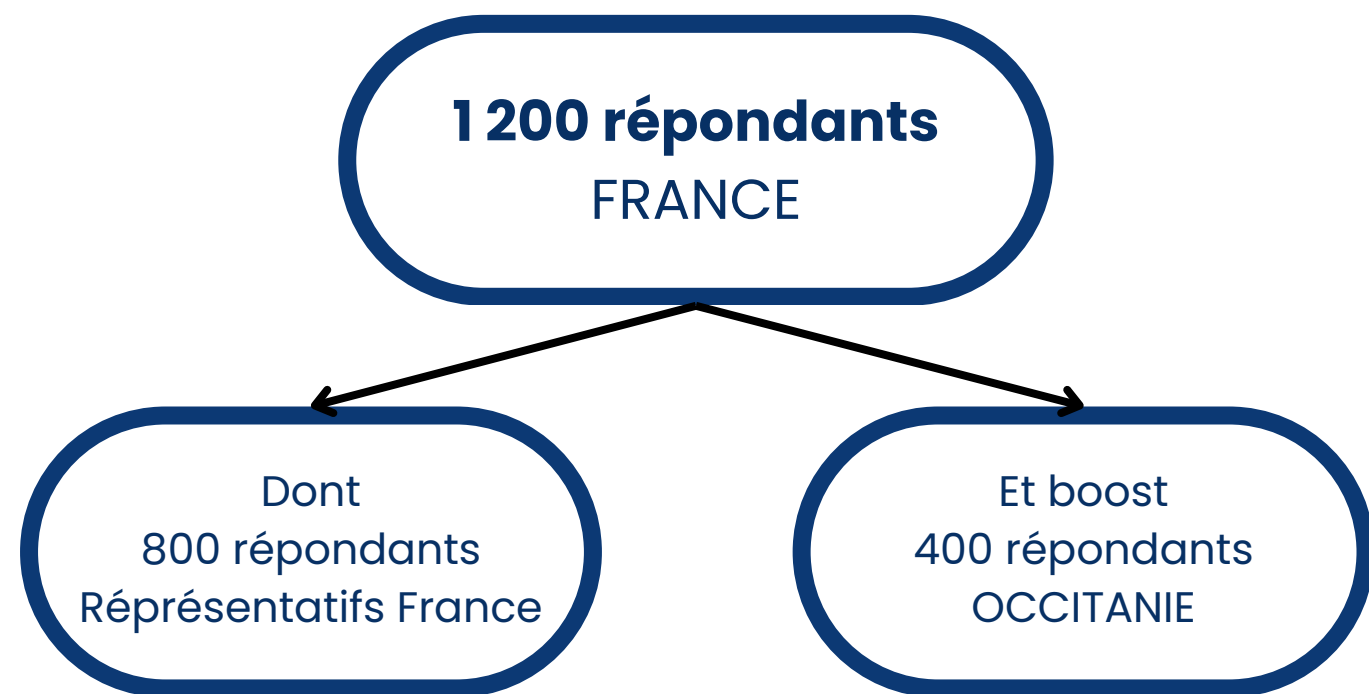
DIFFUSION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

UNE ENQUÊTE NATIONALE AVEC FOCUS OCCITANIE

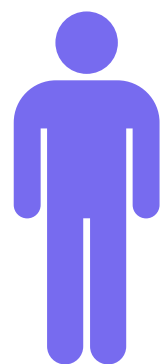


L'ENQUÊTE

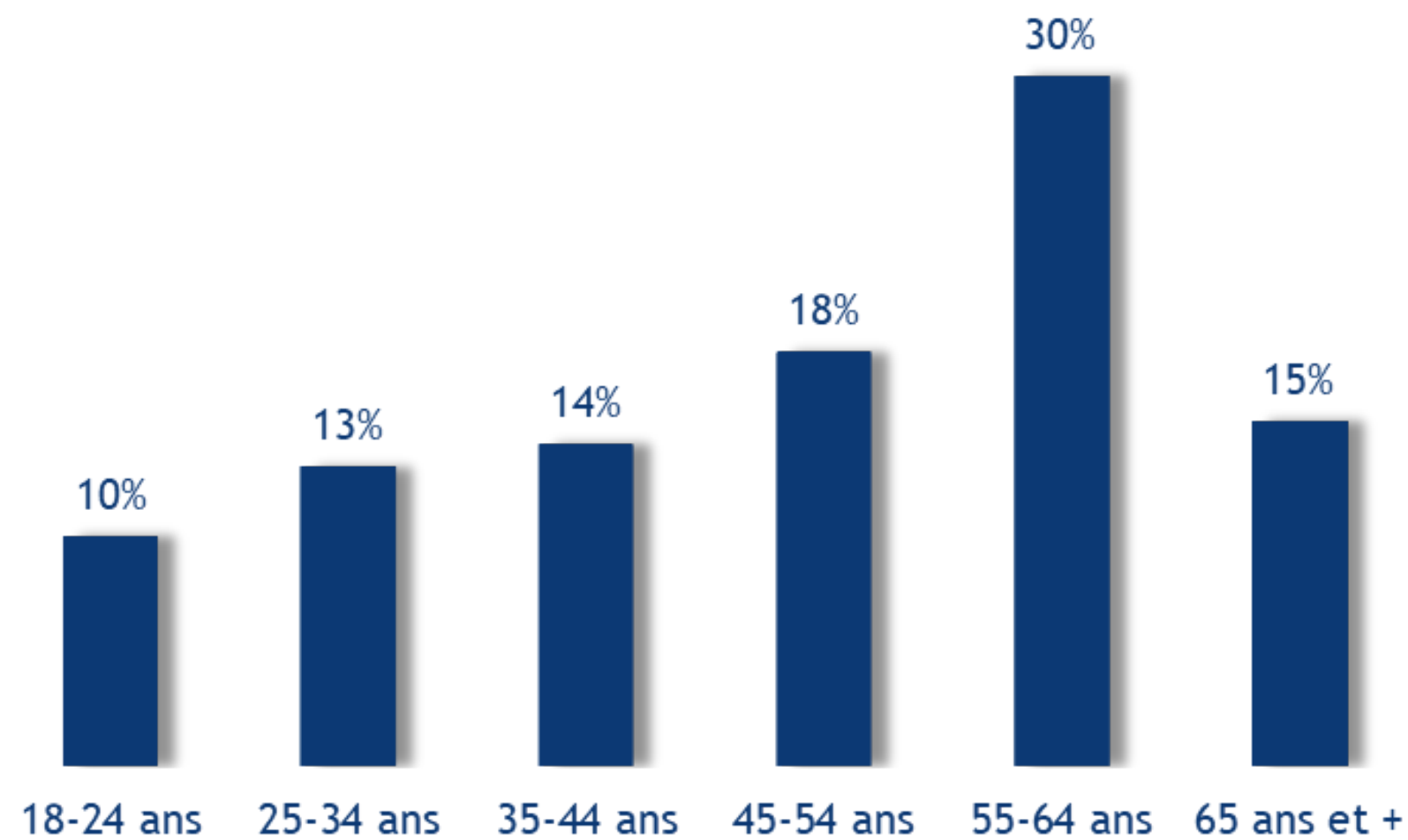
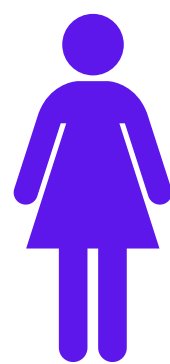
PROFIL DES RÉPONDANTS



41%



59%



RÉSULTATS DE L'ÉTUDE



89%

**DES FRANÇAIS DÉCLARENT PRENDRE DES CONGÉS
ENTRE MAI ET OCTOBRE CETTE ANNÉE**

STABLE VS 2023 / +6 POINTS VS 2022



Q : COMPTEZ-VOUS PRENDRE DES CONGÉS ENTRE MAI ET OCTOBRE CETTE ANNÉE ?

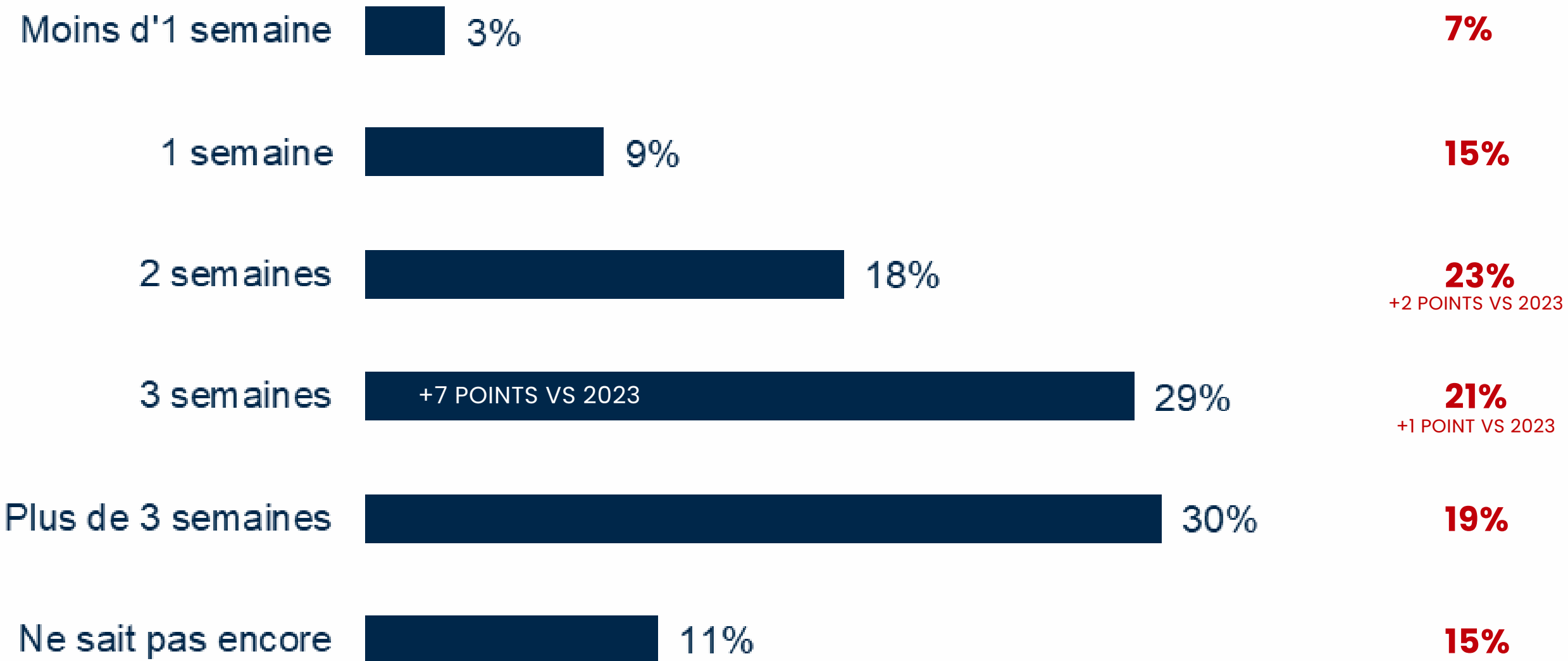
1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

L'Agence

59%

PRENDRONT 3 SEMAINES OU +

DES INTENTIONS EN HAUSSE : +4 POINTS VS 2023

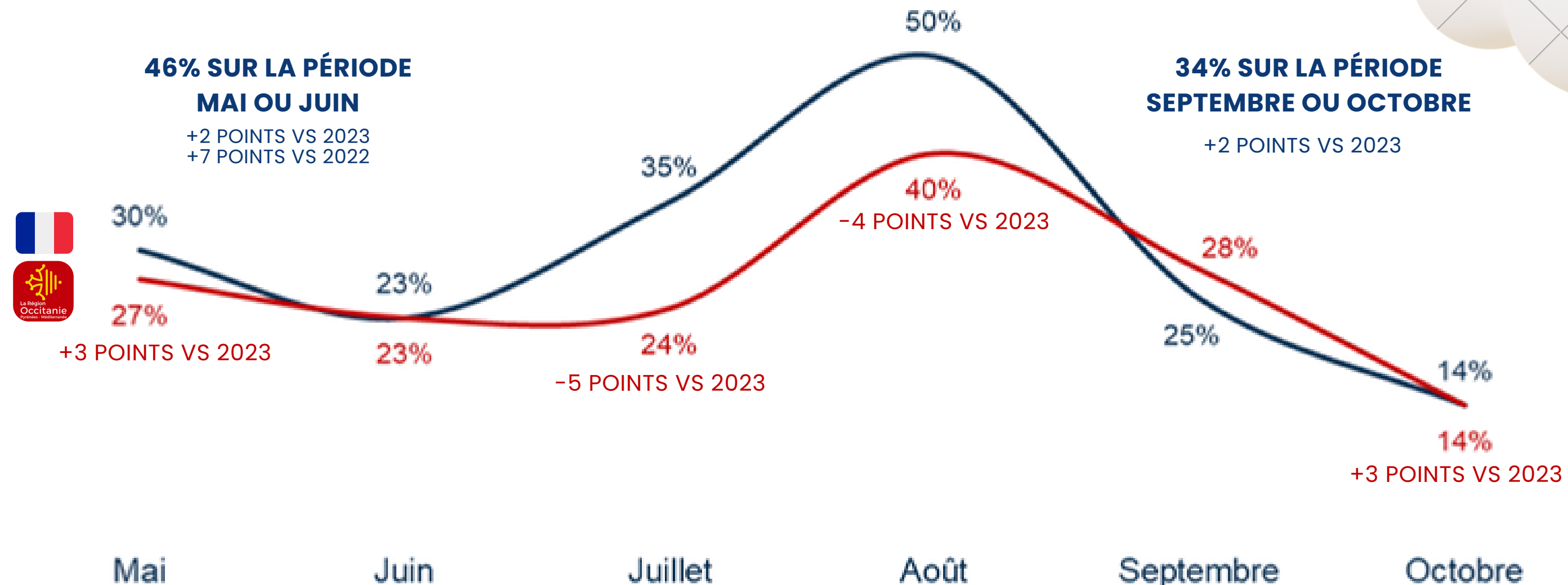


Q : COMPTEZ-VOUS PRENDRE DES CONGÉS ENTRE MAI ET OCTOBRE CETTE ANNÉE ? MERCI D'INDIQUER LA DURÉE TOTALE
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

AOÛT TOUJOURS EN TÊTE DES INTENTIONS



AVEC 50% DES FRANÇAIS QUI ENVISAGENT DE PARTIR SUR CE MOIS



LES AILES DE SAISON SÉDUISENT TOUJOURS UN PEU PLUS (MAI - JUIN - SEPTEMBRE - OCTOBRE)

Q : QUAND COMPTEZ-VOUS PRENDRE VOS CONGÉS SUR CETTE PÉRIODE ? PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

DES DÉPARTS **AUSSI NOMBREUX** QU'EN 2023



PLUS SOUVENT

22%



23% des habitants d'Occitanie



AUTANT

61%

+4 POINTS VS 2023



54% des habitants d'Occitanie

+6 POINTS VS 2023



MOINS SOUVENT

17%

-4 POINTS VS 2023



24% des habitants d'Occitanie

-7 POINTS VS 2023



Q : PAR RAPPORT À L'AN PASSÉ SUR LA MÊME PÉRIODE, COMPTEZ-VOUS PARTIR CETTE ANNÉE...

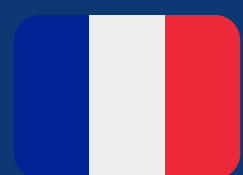
1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

L'Agence

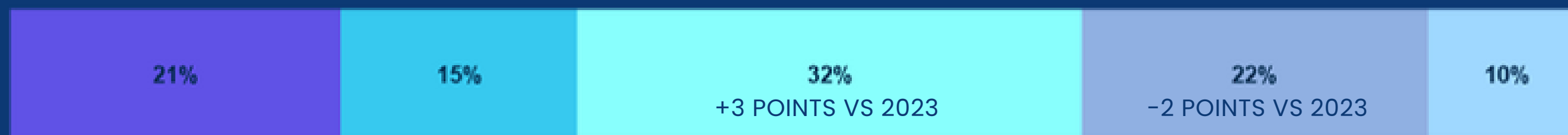
90% DES FRANÇAIS PRÉVOIENT DE PARTIR EN CONGÉS CETTE ANNÉE

UNE FORTE ENVIE DE BOUGER

■ Une petite partie ■ La moitié ■ La majorité ■ L'intégralité ■ Ne sait pas encore



FRANCE



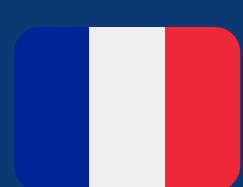
Q : PENSEZ-VOUS PARTIR EN VACANCES QUELQUE PART PENDANT VOS CONGÉS ?

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

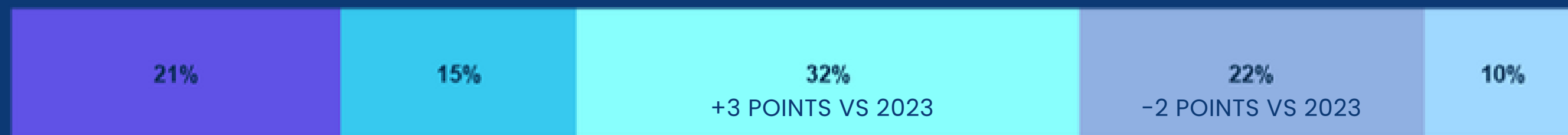
90% DES FRANÇAIS PRÉVOIENT DE PARTIR EN CONGÉS CETTE ANNÉE

UNE FORTE ENVIE DE BOUGER

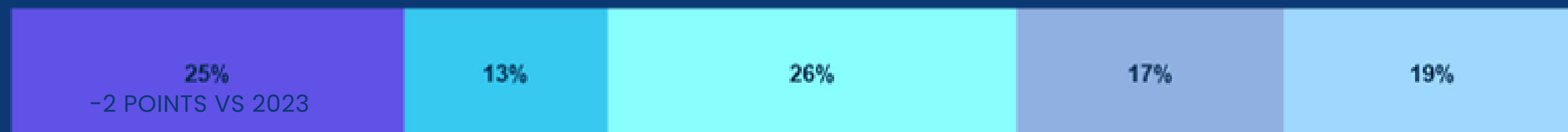
■ Une petite partie ■ La moitié ■ La majorité ■ L'intégralité ■ Ne sait pas encore



FRANCE



OCCITANIE



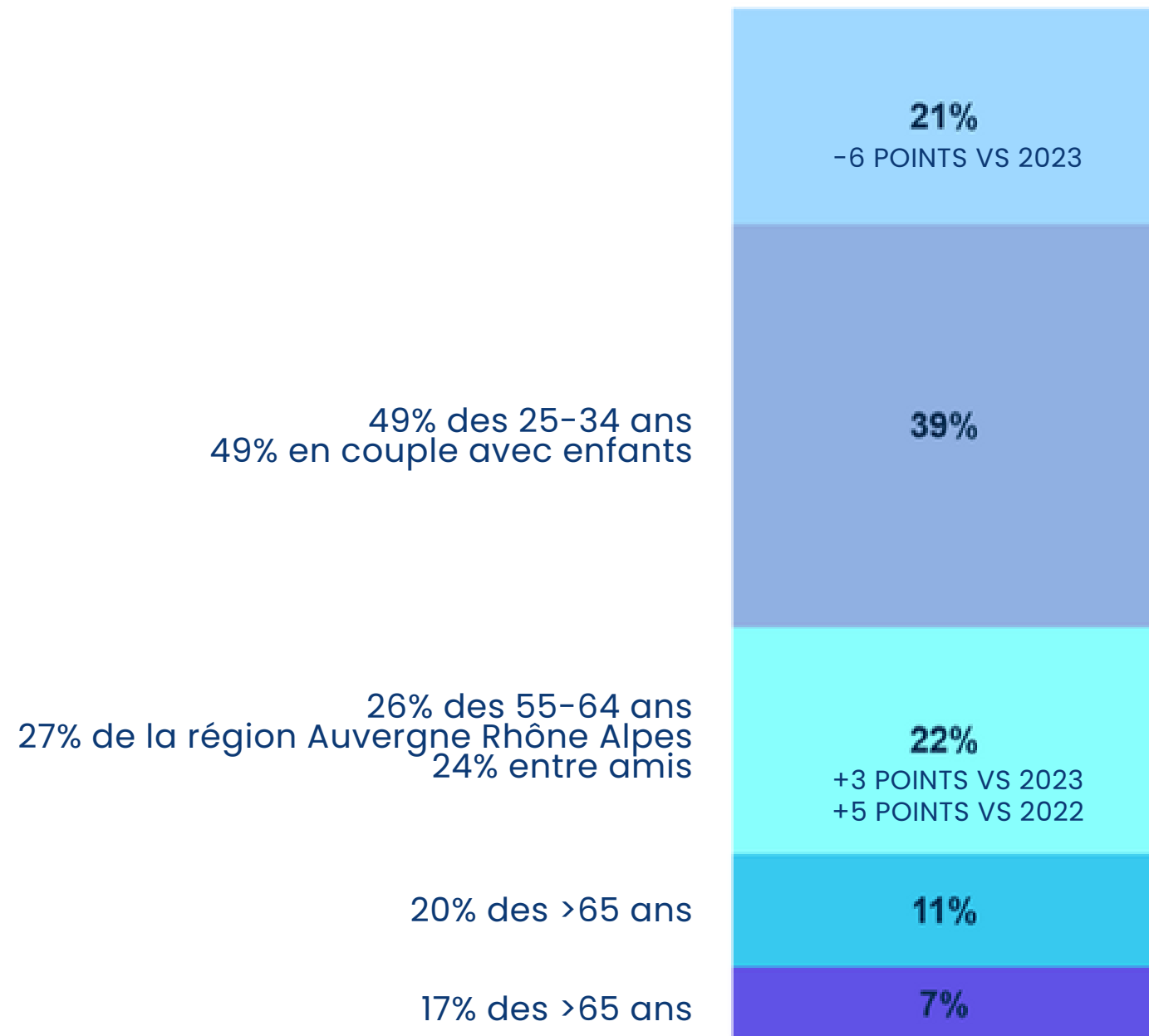
Q : PENSEZ-VOUS PARTIR EN VACANCES QUELQUE PART PENDANT VOS CONGÉS ?

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

À CHAQUE PÉRIODE SA TYPOLOGIE DE VACANCIERS

AVANT L'ÉTÉ : DES DÉPARTS COURTS ET FAMILIAUX

MAI - JUIN



49% des 25-34 ans
49% en couple avec enfants

26% des 55-64 ans
27% de la région Auvergne Rhône Alpes
24% entre amis

20% des >65 ans

17% des >65 ans



42% des habitants d'Occitanie



20% des habitants d'Occitanie



■ 3 semaines ou plus ■ 2 semaines ■ 1 semaine ■ Week-ends ou courts séjours ■ Je ne pars pas à cette période

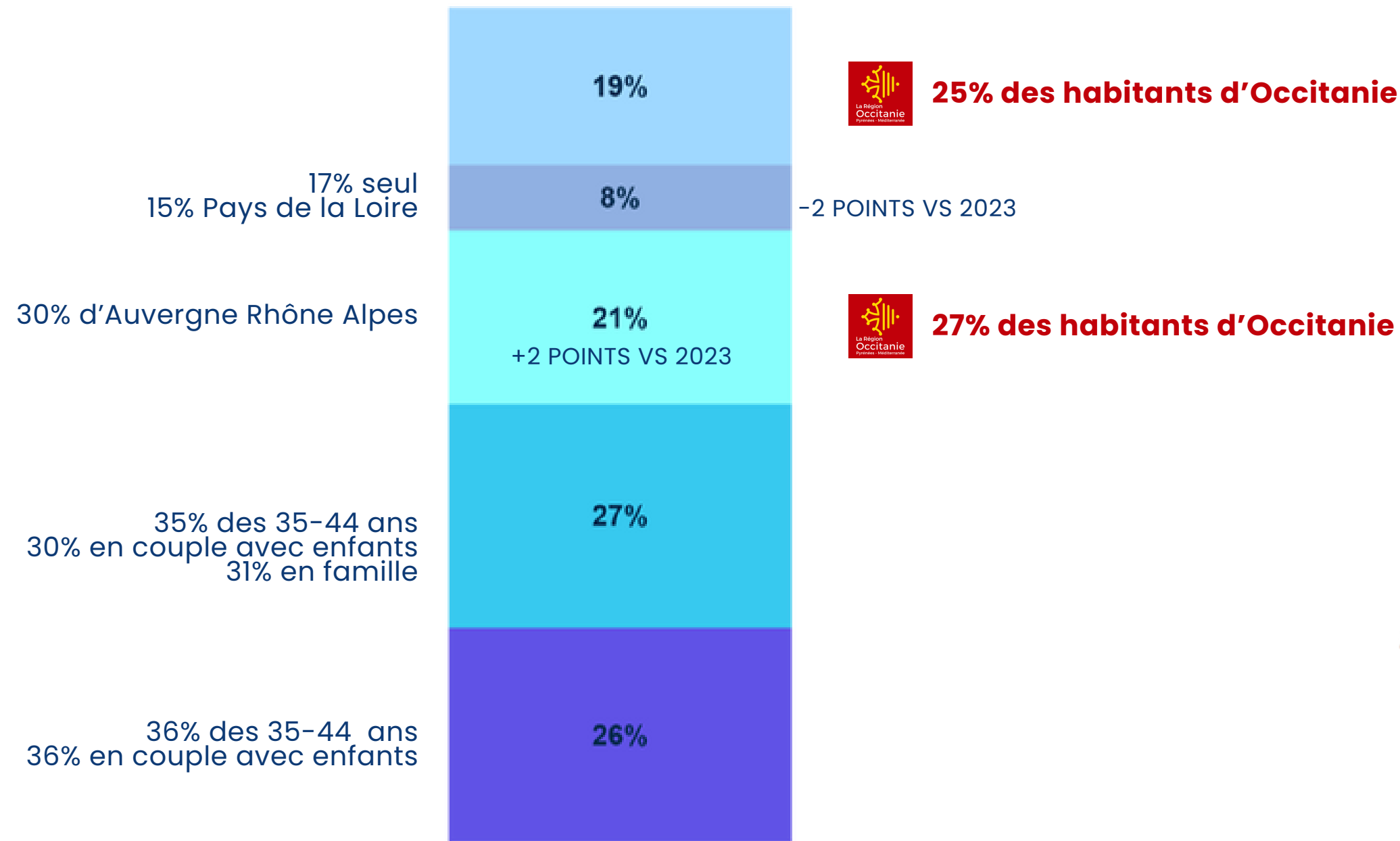
Q : GÉNÉRALEMENT, PARTEZ-VOUS EN VACANCES PENDANT CES PÉRIODES DE L'ANNÉE ?

1 200 RÉPONDANTS FRANCE - BOOST 400 OCCITANIE

À CHAQUE PÉRIODE SA TYPOLOGIE DE VACANCIERS

TEMPS FORT ESTIVAL : DES DÉPARTS LONGS ET SUR LES <65 ANS

JUILLET - AOÛT



17% seul
15% Pays de la Loire

30% d'Auvergne Rhône Alpes

35% des 35-44 ans
30% en couple avec enfants
31% en famille

36% des 35-44 ans
36% en couple avec enfants



25% des habitants d'Occitanie



27% des habitants d'Occitanie

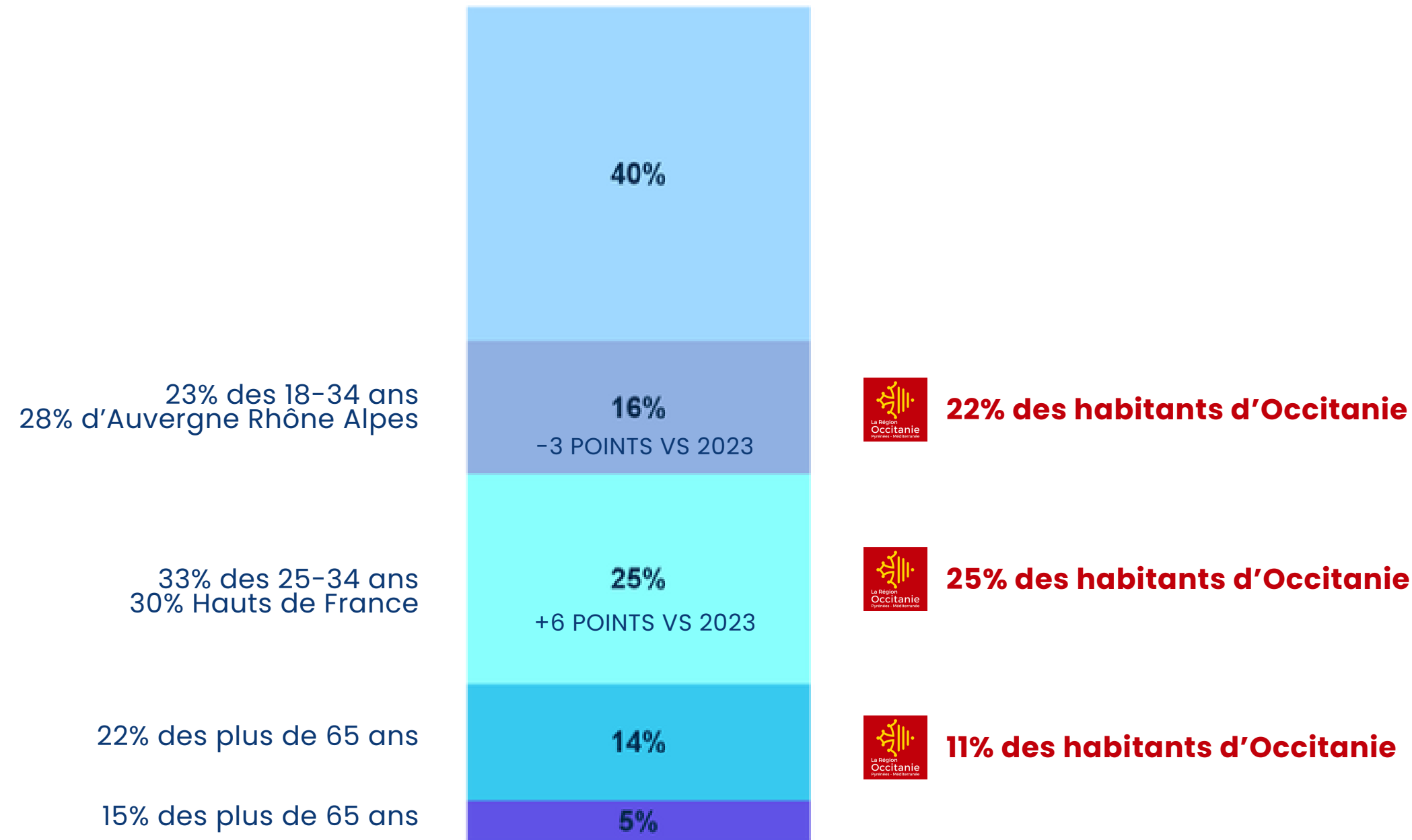


Q : GÉNÉRALEMENT, PARTEZ-VOUS EN VACANCES PENDANT CES PÉRIODES DE L'ANNÉE ?
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

À CHAQUE PÉRIODE SA TYPOLOGIE DE VACANCIERS

APRÈS L'ÉTÉ : DES DÉPARTS SUR LES >65 ANS ET LES HABITANTS DE L'OCCITANIE

SEPTEMBRE – OCTOBRE



Q : GÉNÉRALEMENT, PARTEZ-VOUS EN VACANCES PENDANT CES PÉRIODES DE L'ANNÉE ?
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

DESTINATIONS : QUELQUES HABITUDES PRISES DEPUIS LA PANDÉMIE

-2 POINTS VS 2023

21%
RESENT PLUS EN FRANCE



20% des habitants d'Occitanie

-1 POINTS VS 2023

2%
RESENT PLUS DANS LEUR
DÉPARTEMENT



3% des habitants d'Occitanie



+3 POINTS VS 2023

71%
N'ONT PAS CHANGÉ DE
DESTINATION



70% des habitants d'Occitanie

+5 points vs 2023

STABLE VS 2023

6%
RESENT PLUS DANS LEUR
RÉGION



8% des habitants d'Occitanie

-4 points vs 2023

Q : DEPUIS LA PANDÉMIE (COVID-19), AVEZ-VOUS CHANGÉ LES DESTINATIONS DE VOS VACANCES ?

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

LA MER ATTIRE TOUJOURS 1 FRANÇAIS SUR 2

MAIS UNE ATTRACTION EN HAUSSE POUR LA MONTAGNE ET LA CAMPAGNE (LOCAL ?)



1. MER
47%

-6 POINTS VS 2023



2. MONTAGNE
22%

+3 POINTS VS 2023
+7 POINTS VS 2022



3. CAMPAGNE
22%

+5 POINTS VS 2023
+10 POINTS VS 2022



4. VILLE
12%



5. NE SAIT PAS
5%



6. PRÈS DE CHEZ VOUS
10%
+4 POINTS VS 2023

L'OCCITANIE RÉUNIT PLUSIEURS DESTINATIONS EN UNE SEULE RÉGION : MER, CAMPAGNE, MONTAGNE ET VILLE

 41%

 23%

+5 points vs 2023
+9 points vs 2022

 17%

 8%

 6%

 15%

+3 points vs 2023
+7 points vs 2022

Q : PENSEZ-VOUS PARTIR EN VACANCES ?... PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

L'Agence

LA VOITURE 1ER MOYEN DE TRANSPORT LOIN DEVANT LES AUTRES

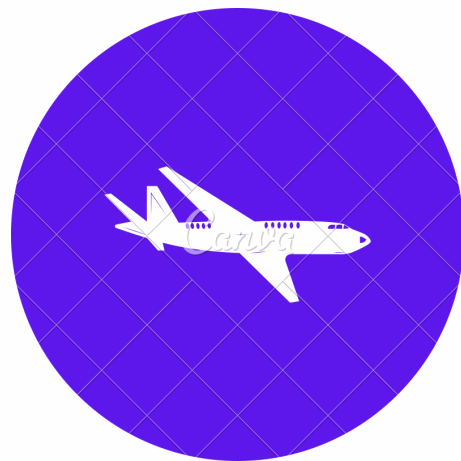
68% UTILISENT PLUSIEURS MODES DE TRANSPORTS DIFFÉRENTS

85%
VOITURE
+8 POINTS VS 2023



 **86%**
+4 points vs 2023

41%
AVION



 **36%**
+5 points vs 2023

27%
TRAIN



 **24%**
+5 points vs 2023

5%
BUS



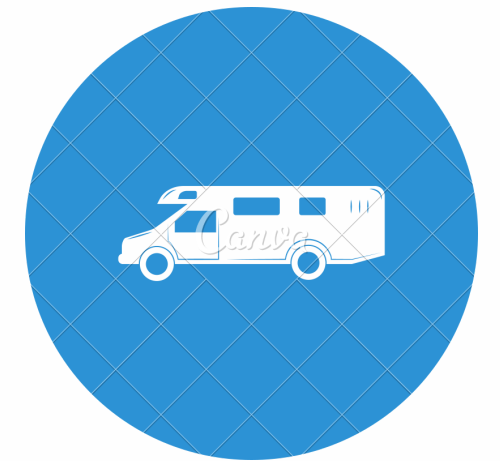
 **6%**

7%
COVOITURAGE
+4 POINTS VS 2023



 **3%**

3%
CAMPING-CAR



 **8%**
+4 points vs 2023

● ● ● **3% AUTRES**
(fourgon aménagé, bateau, moto, vélo)



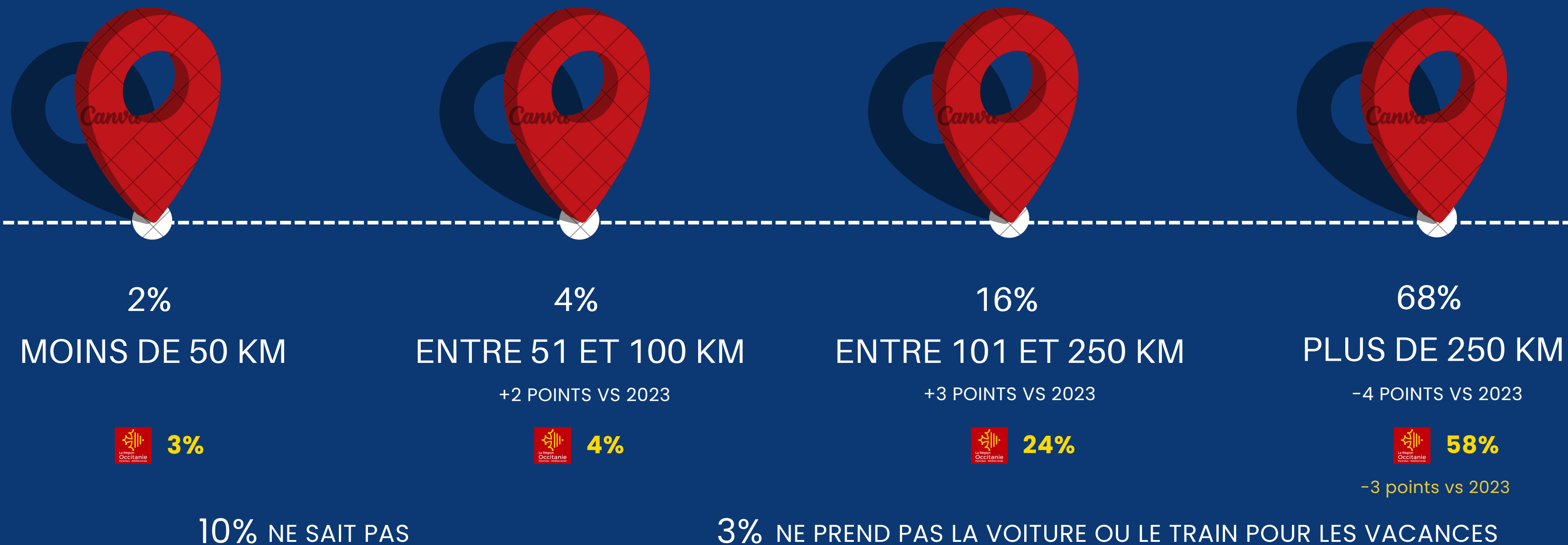
... ET UTILISEZ-VOUS POUR PARTIR EN VACANCES ?... PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

REPO... RÉPRESENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

L'Agence

PARTIR, MAIS AUSSI ALLER LOIN

DES TRAJETS MAJORITAIREMENT SUPÉRIEURS À 250 KM

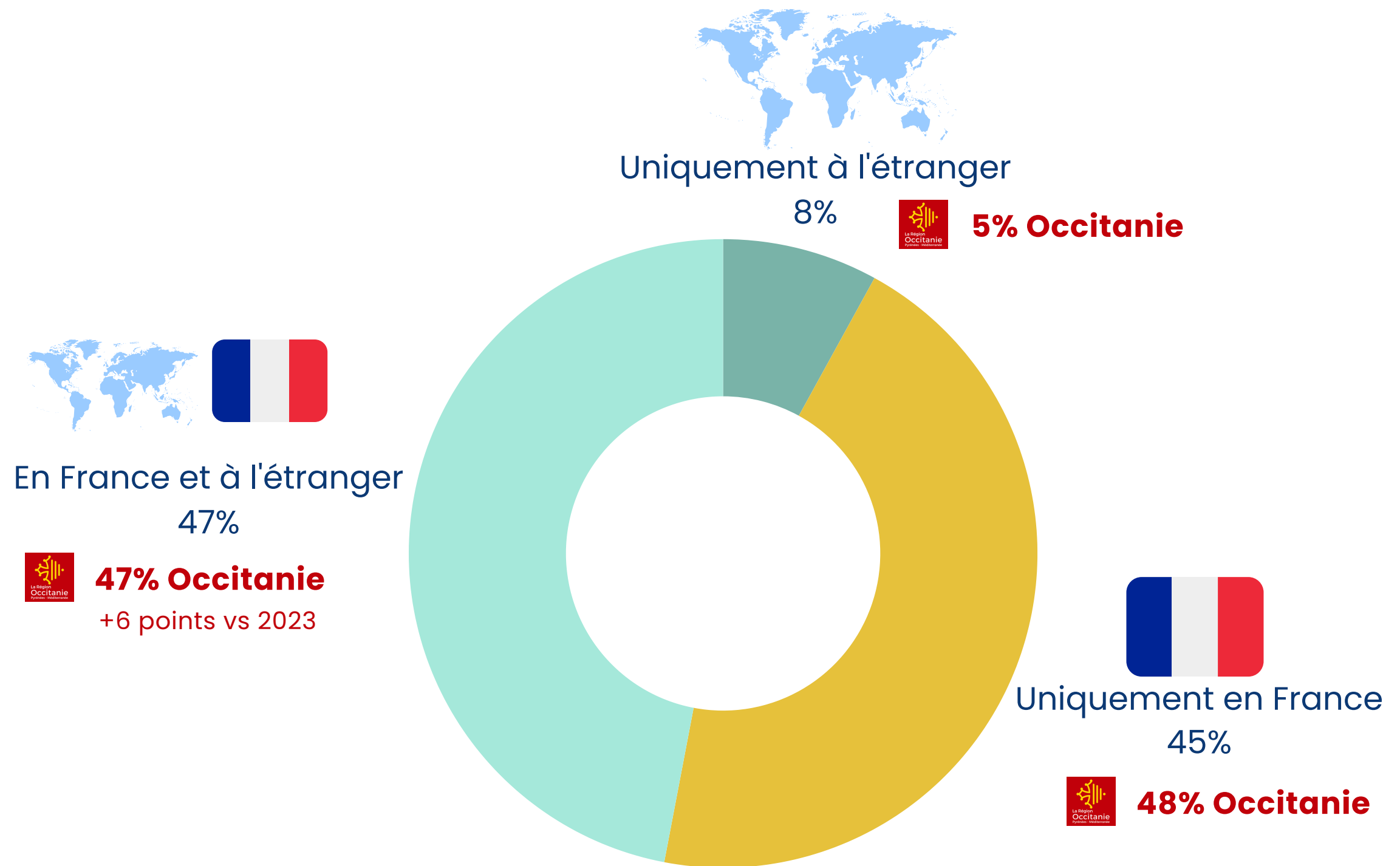


Q : EN MOYENNE, COMBIEN DE KILOMÈTRES PARCOUREZ-VOUS EN VOITURE/TRAIN POUR ALLER EN VACANCES ?

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

LA FRANCE À L'HONNEUR MAIS L'ÉTRANGER ATTIRE AUSSI

LA FRANCE ATTIRE 92% DES FRANÇAIS ET L'ÉTRANGER 55%

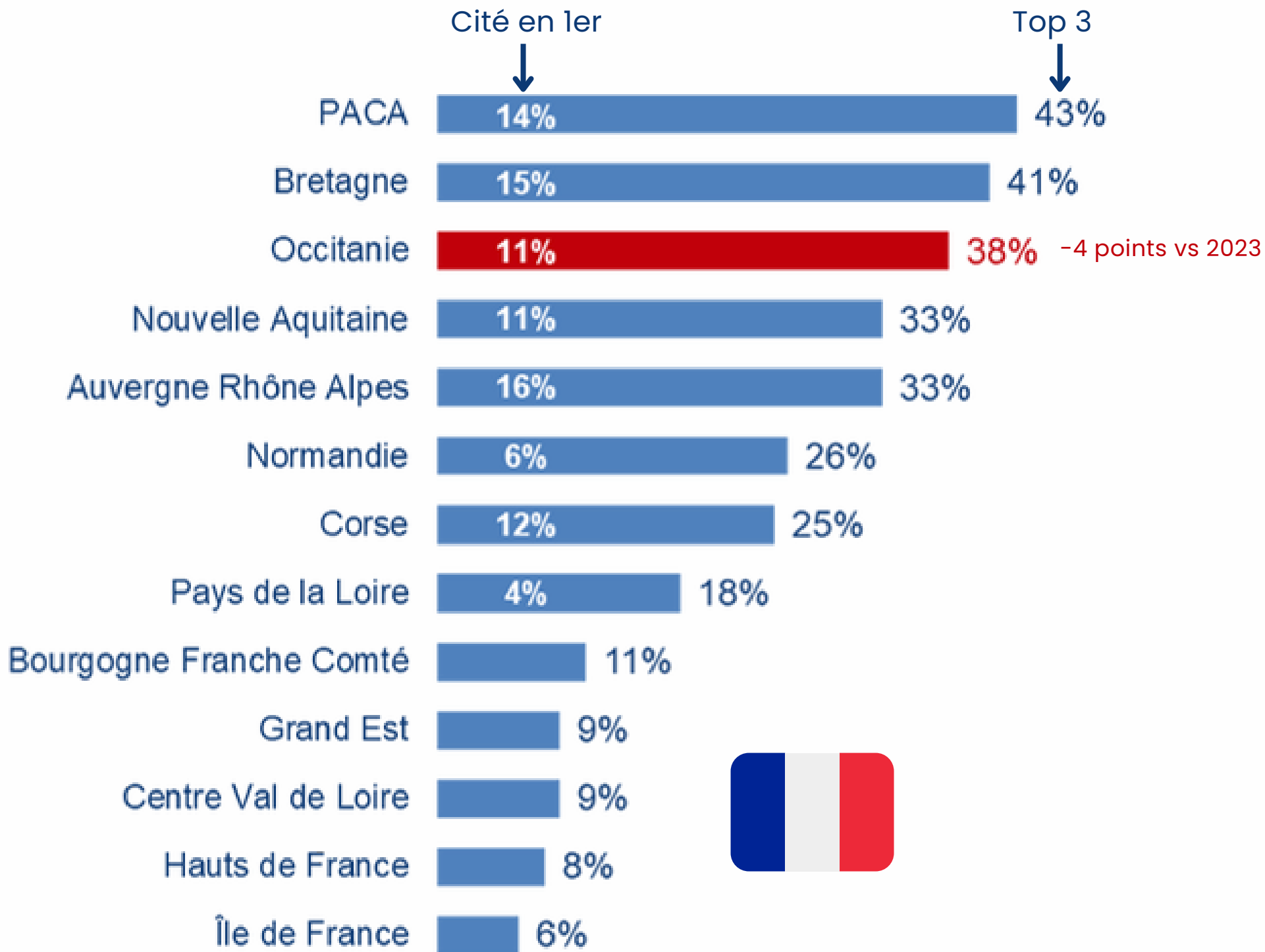


Q : COMPTEZ-VOUS PASSER VOS VACANCES ?...

1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

L'OCCITANIE UNE RÉGION TRÈS CONVOITÉE

3ÈME RÉGION POUR L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS, 1ÈRE POUR LES HABITANTS D'OCCITANIE



LE TRIO DE TÊTE ÉVOLUE VS 2023

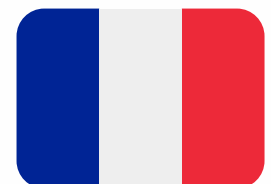
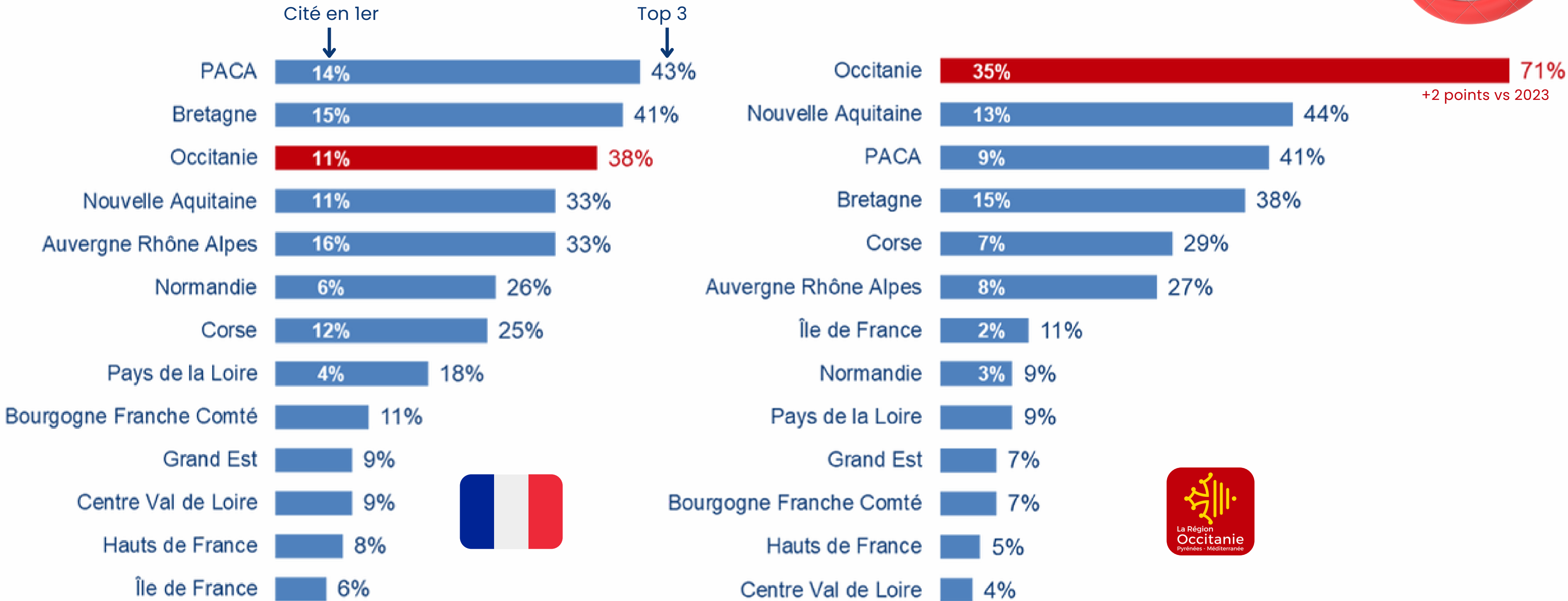
LA BRETAGNE S'EMPARE DE LA 2ÈME PLACE DEVANT L'OCCITANIE



Q : QUELLE(S) RÉGION(S) FRANÇAISE(S) VOUS ATTIRENT LE PLUS POUR CETTE PÉRIODE ? SÉLECTIONNEZ 3 RÉGIONS
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

L'OCCITANIE PARMIS LES RÉGIONS LES + CONVOITÉES

3ÈME RÉGION POUR L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS, 1ÈRE POUR LES HABITANTS D'OCCITANIE



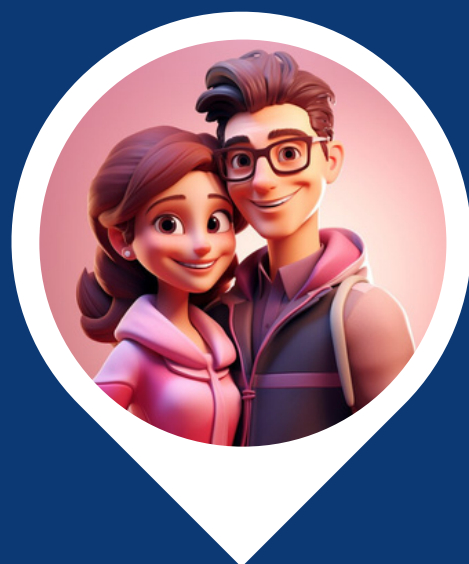
Q : QUELLE(S) RÉGION(S) FRANÇAISE(S) VOUS ATTIRENT LE PLUS POUR CETTE PÉRIODE ? SÉLECTIONNEZ 3 RÉGIONS

1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE



LES VACANCES SYNONYMES DE PARTAGE

PROFITER DES VACANCES ENSEMBLE



44%

EN COUPLE SANS
ENFANTS



34%

EN FAMILLE
(PARENTS OU AUTRES
MEMBRES DE LA FAMILLE)

+7 POINTS VS 2023



27%

ENTRE AMIS

+4 POINTS VS 2023



19%

EN COUPLE AVEC
ENFANTS



5%

SEUL(E) AVEC
ENFANT(S)



2%

EN GROUPE



53%

+9 points vs 2023



27%



23%

+5 points vs 2023



18%

+4 points vs 2023



9%



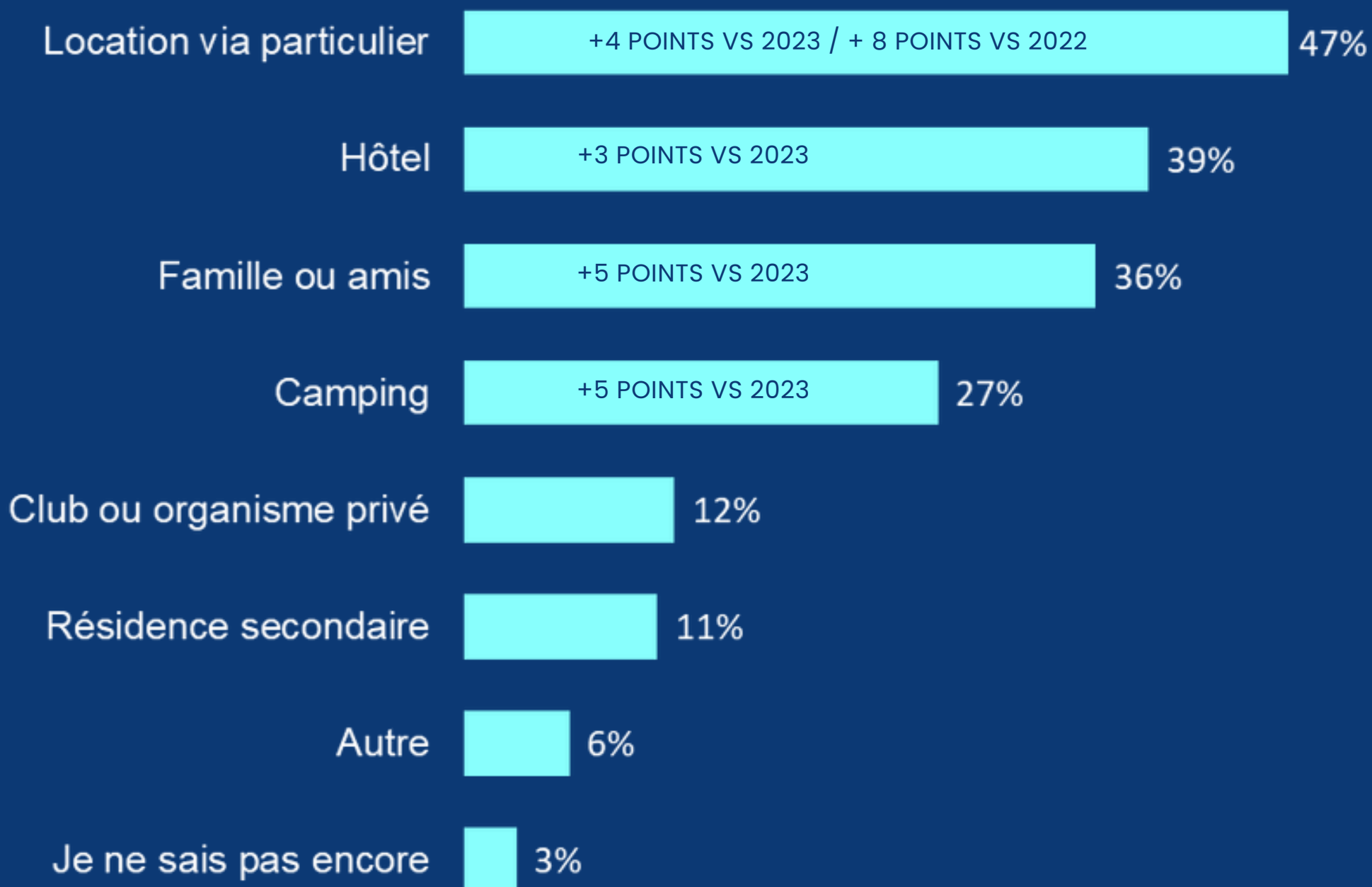
2%

Q : GÉNÉRALEMENT, PARTEZ-VOUS EN VACANCES... ? PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

L'Agence

LA LOCATION ENTRE PARTICULIERS CONFIRME SA PROGRESSION OBSERVÉE EN 2023



52% +5 points vs 2023

35%

33%

30% +4 points vs 2023

8%

10%

7%

4%



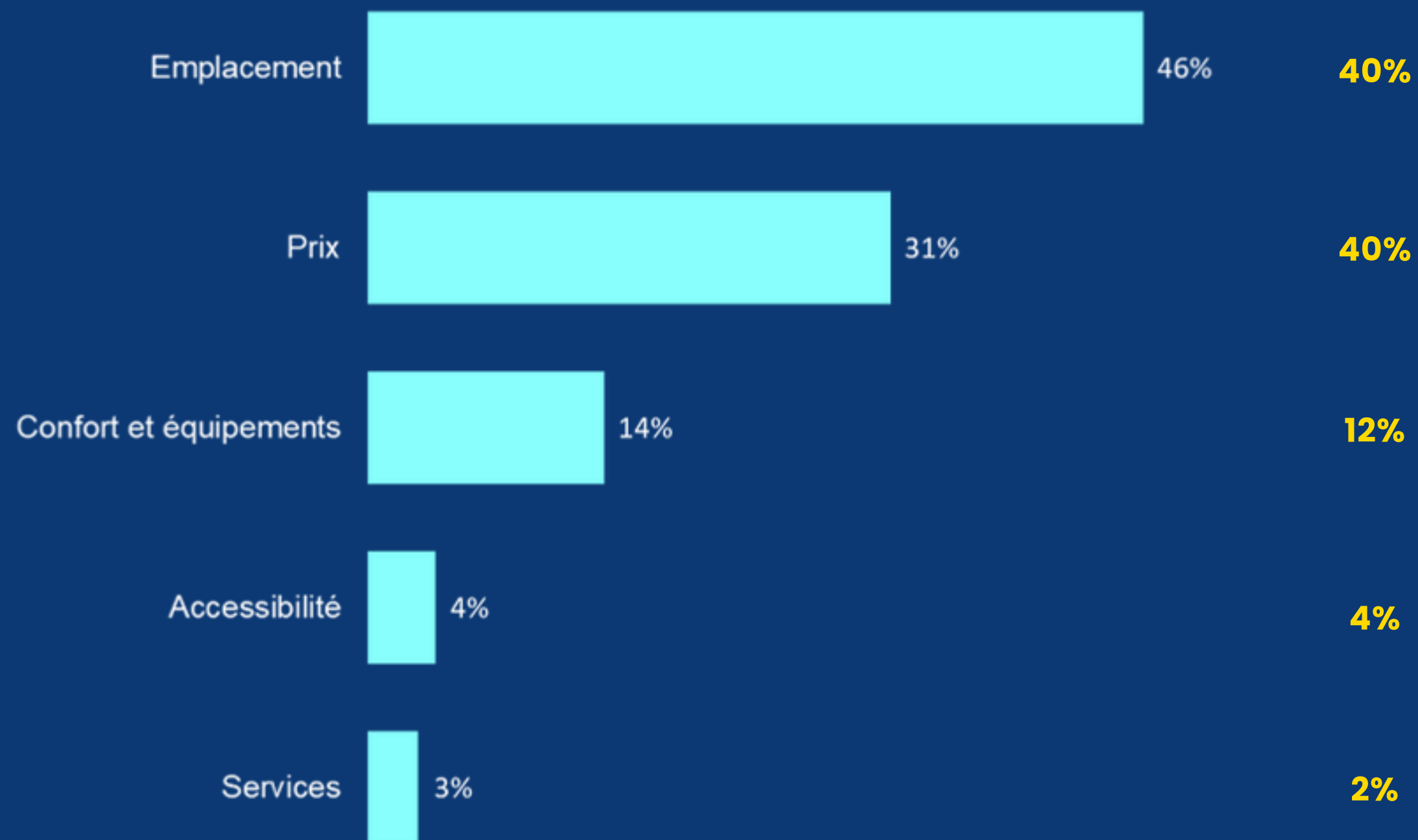
L'Agence

Q : QUEL(S) TYPE(S) D'HÉBERGEMENT ALLEZ-VOUS RECHERCHER ? PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES
 1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

L'EMPLACEMENT, PREMIER CRITÈRE DE CHOIX DU LOGEMENT

Nouveau
Canva

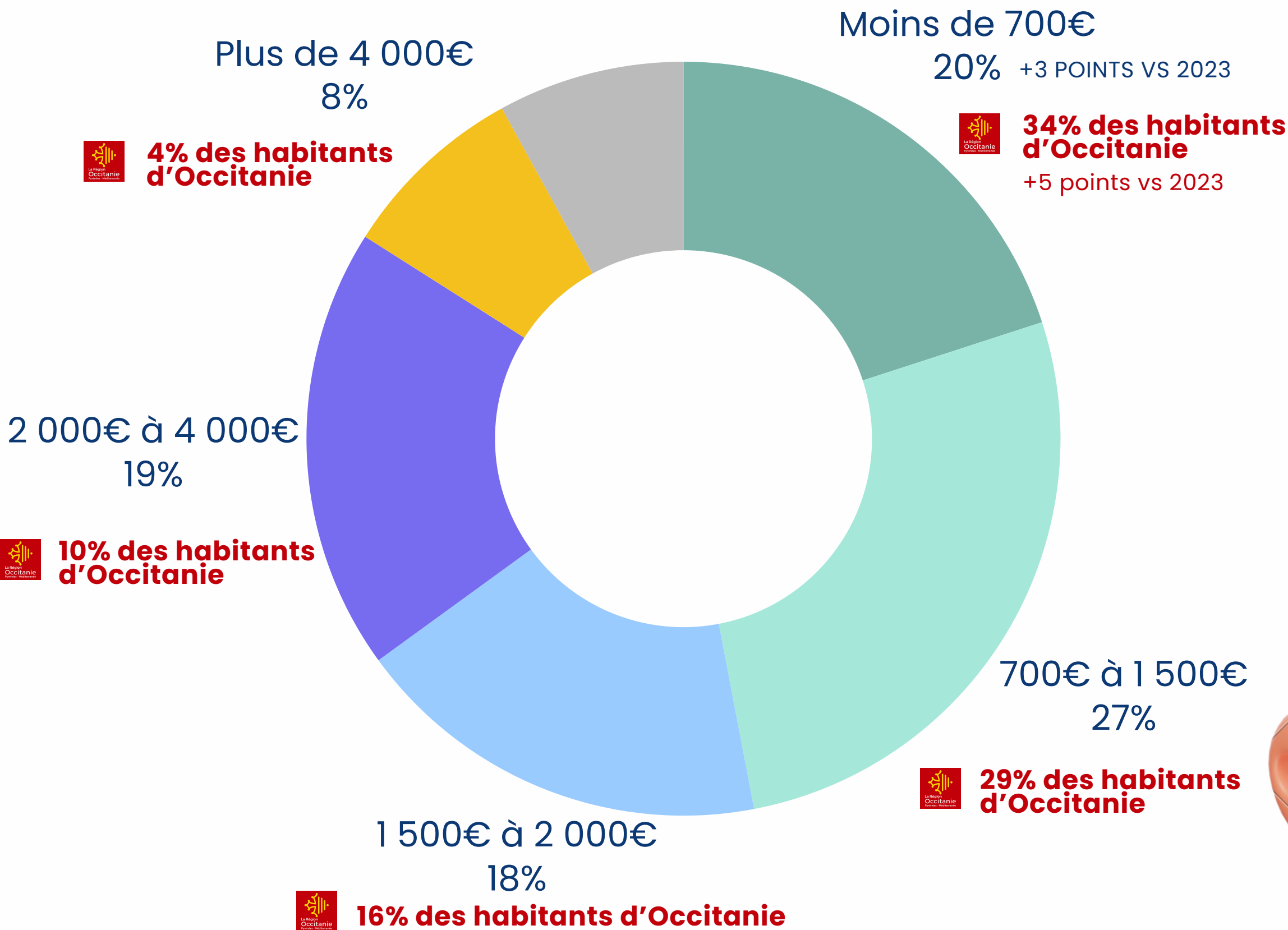
L'EMPLACEMENT ET LE PRIX FONT CLAIREMENT LA DIFFÉRENCE



Q : COMMENT CHOISISSEZ-VOUS VOTRE LOGEMENT DE VACANCES ? PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES
1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

UN BUDGET VARIABLE SELON LE FOYER

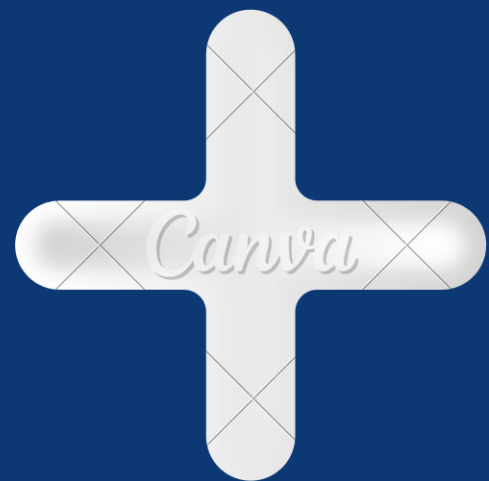
45% ONT UN BUDGET GLOBAL >1500€ SUR LA PÉRIODE DE MAI À OCTOBRE



Q: QUEL EST VOTRE BUDGET POUR LES VACANCES SUR CETTE PÉRIODE, EN 2023 ?
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

UN BUDGET IDENTIQUE POUR PLUS DE LA MOITIÉ DES FRANÇAIS

ET UNE TENDANCE À PRÉSERVER AU MAXIMUM SON BUDGET VACANCES



20%

AUGMENTER

-4 POINTS VS 2023



18%



59%

IDENTIQUE

+9 POINTS VS 2023



53%

+5 points vs 2023



21%

DIMINUER

-5 POINTS VS 2023



28%

-6 points vs 2023

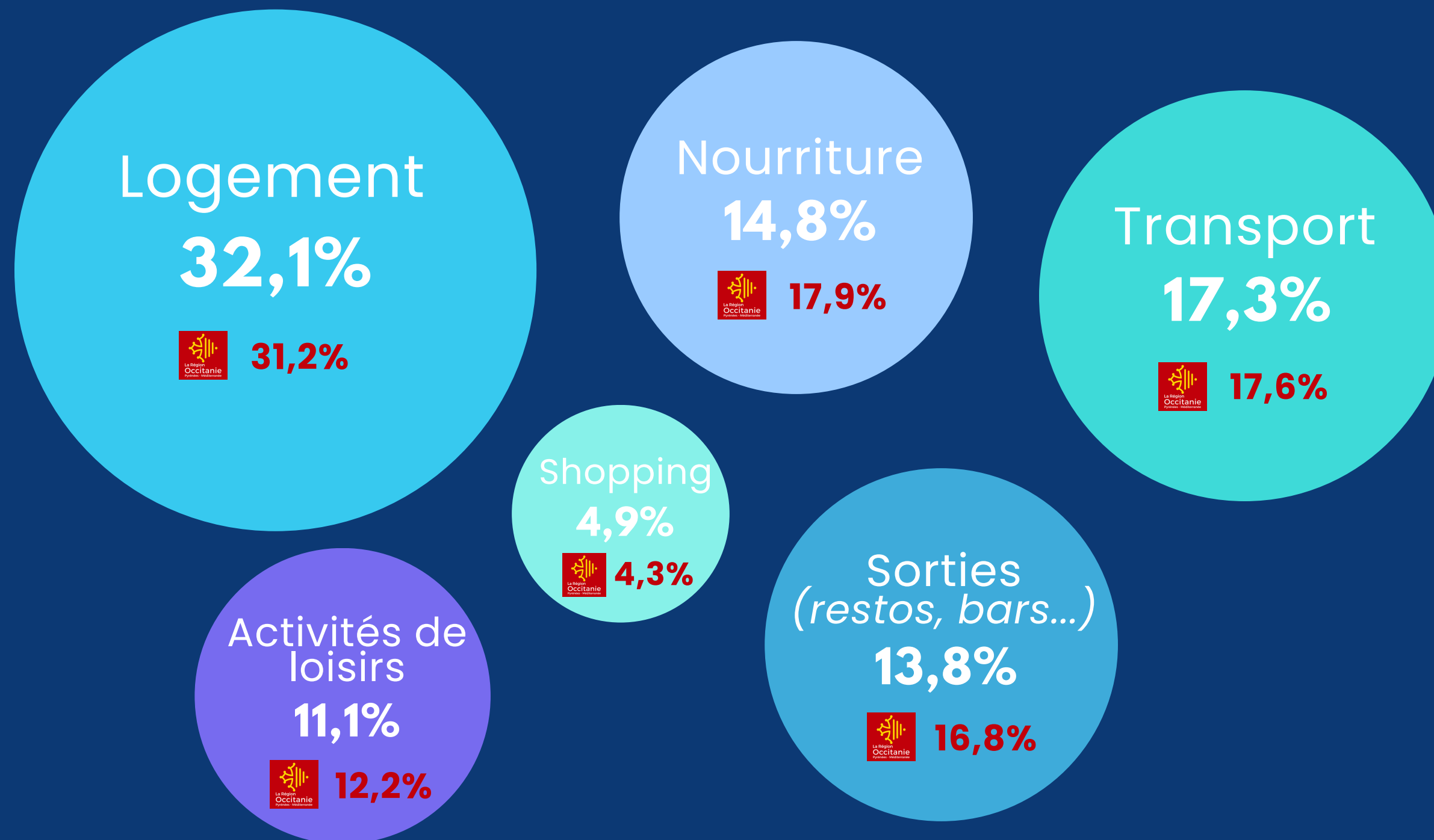
Q: CETTE ANNÉE, LE BUDGET VACANCES VA-T-IL CHANGER PAR RAPPORT À 2023 ?

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

L'Agence

LE LOGEMENT REPRÉSENTE 1/3 DU BUDGET VACANCES

LE TRANSPORT ET LA NOURRITURE SUR LE PODIUM MAIS LES LOISIRS REPRÉSENTE TOUT DE MÊME 29.8%



DÉCOUVERTE ET BUDGET : PRINCIPAUX CRITÈRES DE CHOIX

UN RANKING LÉGÈREMENT DIFFÉRENT POUR LES HABITANTS D'OCCITANIE

1

67% DÉCOUVERTE
D'UNE RÉGION

 71%



+3 POINTS VS 2023

64% BUDGET

 68%

2

3

+6 POINTS VS 2023

59% DESTINATION

 55%



4

TYPE D'HÉBERGEMENT


56%

 57%

5

MÉTÉO

55% -9 POINTS VS 2023

 47%
-12 points vs 2023

6

OFFRE CULTURELLE

30%

 31%

7

ACTIVITÉS DE PLEIN AIR

30%

 32%

8

TEMPS DE TRANSPORT

27% +5 POINTS VS 2023

 29%

9

OFFRE LOISIRS POUR LES ENFANTS

9%

 7%

10

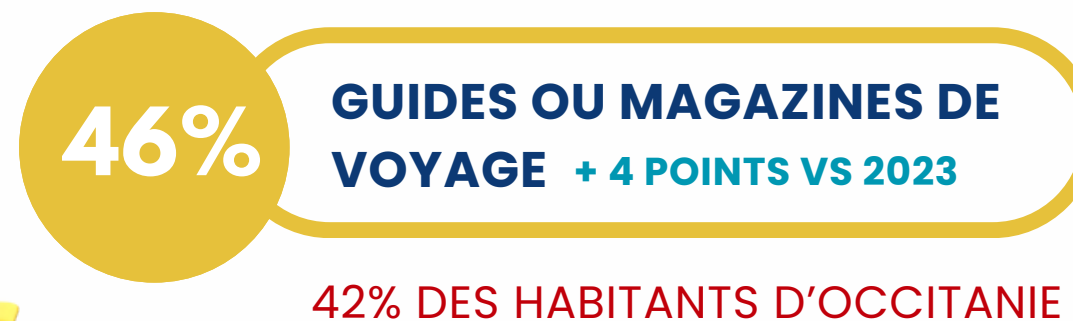
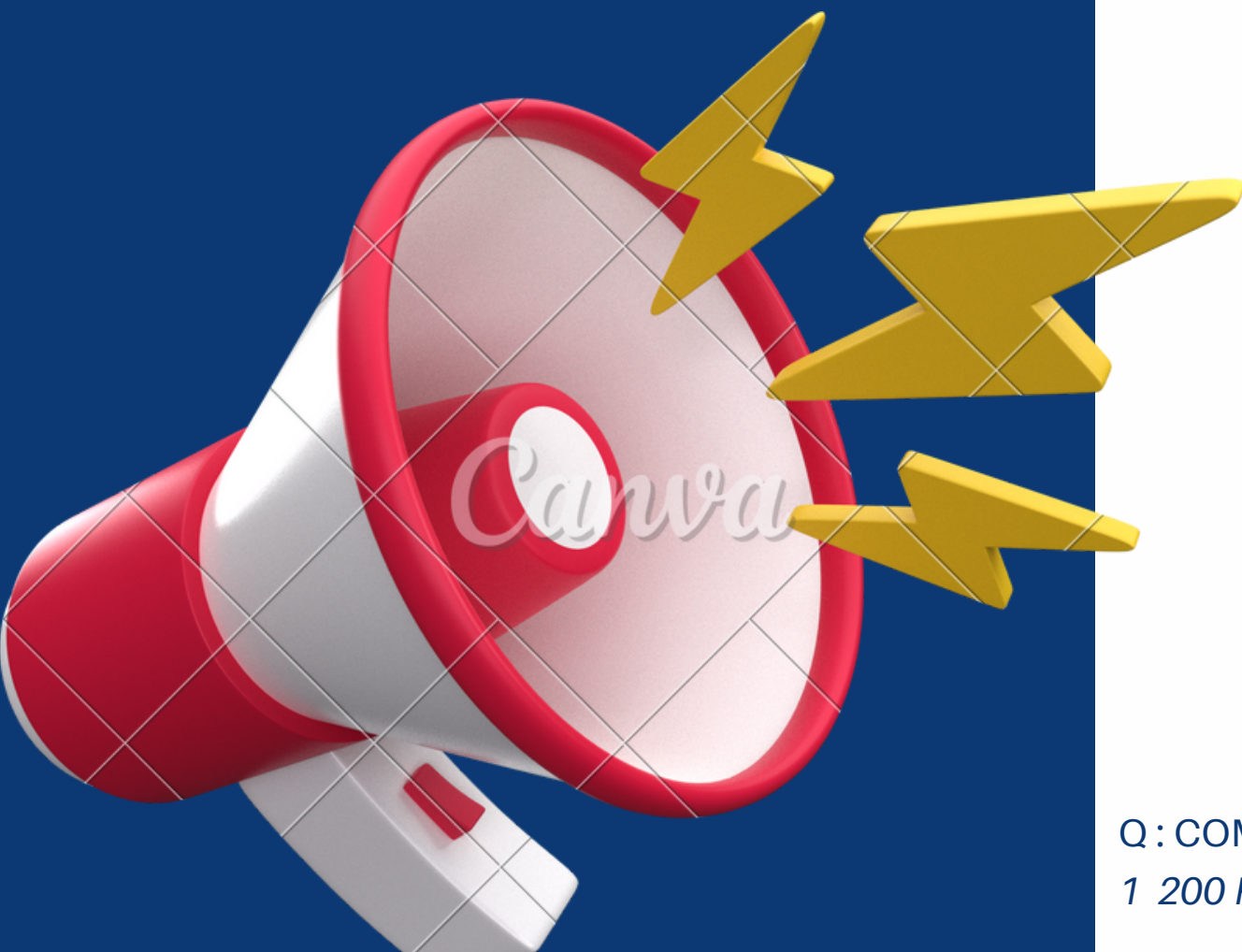
SÉCURITÉ SANITAIRE

3%

 4%

UNE CONSULTATION MULTI CANAL POUR CHOISIR SA DESTINATION

INTERNET, LE BOUCHE À OREILLE ET LES GUIDES SONT LES SOURCES LES + UTILISÉES

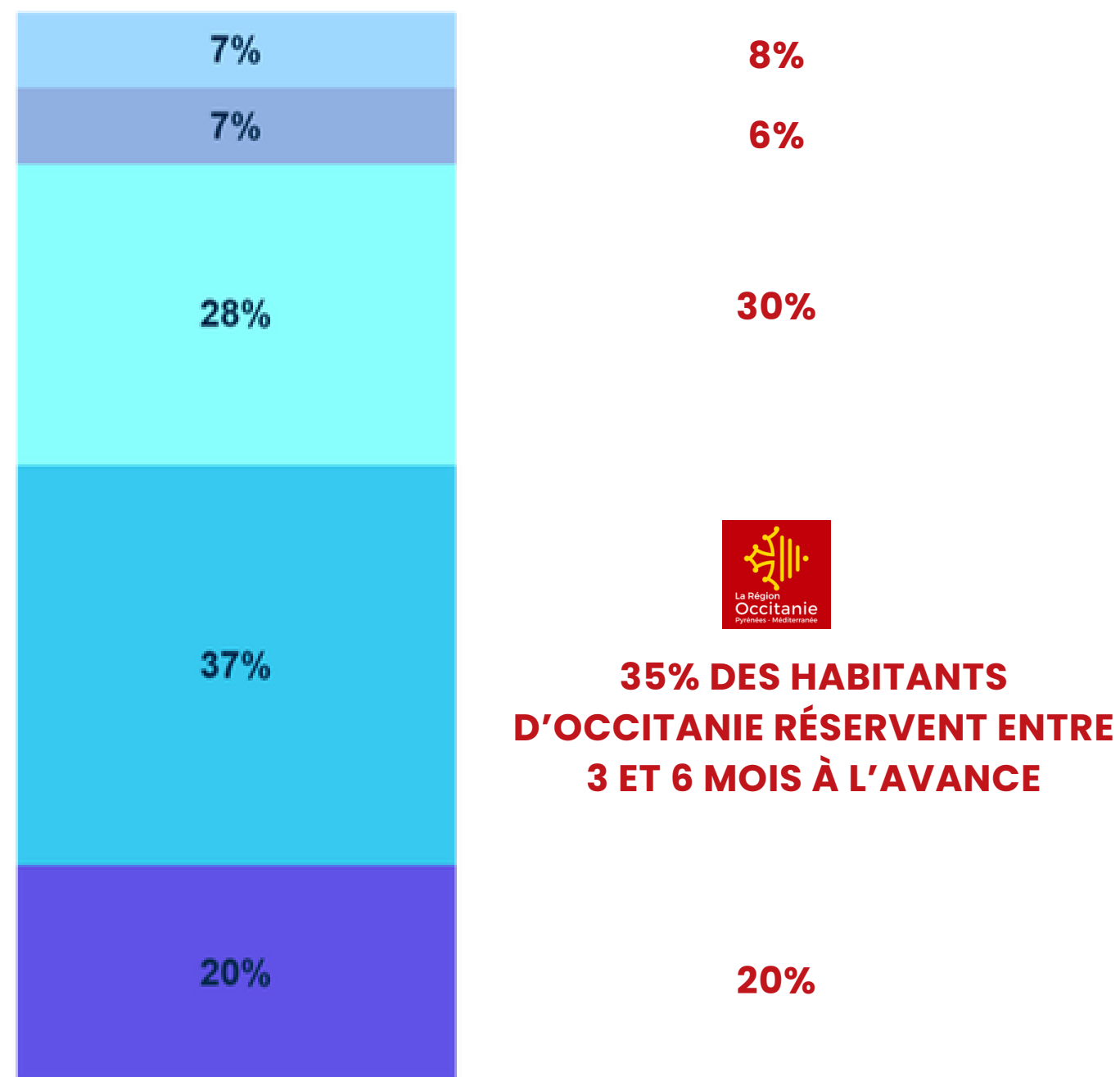


- AUTRES :**
- THÉMATIQUE (PLONGÉE, OENOTOURISME...)
 - EVÈNEMENTS FAMILIAUX OU FESTIFS
 - SELON LES ENVIES DU MOMENT
 - ASSOCIATIONS

Q : COMMENT CHOISISSEZ-VOUS LA DESTINATION DE VOS VACANCES ? CLASSEZ LES 3 MOYENS LES PLUS IMPORTANTS
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

DES VACANCES PROGRAMMÉES DE LONGUE DATE

57% LES PRÉPARENT AU MOINS 3 MOIS À L'AVANCE



■ Plus de 6 mois à l'avance ■ Entre 3 et 6 mois ■ Entre 1 et 3 mois ■ 15 jours à l'avance ■ A la dernière minute

Q : QUAND PRÉPAREZ-VOUS VOS VACANCES ?

1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

CONTRAIREMENT AUX ACTIVITÉS QUI SE DÉCIDENT SUR PLACE

UNE TENDANCE QUI SE RENFORCE CETTE ANNÉE



27%

À L'AVANCE

-5 POINTS VS 2023



33% DES HABITANTS D'OCCITANIE

73%

SUR LE LIEU DES VACANCES DIRECTEMENT

+5 POINTS VS 2023



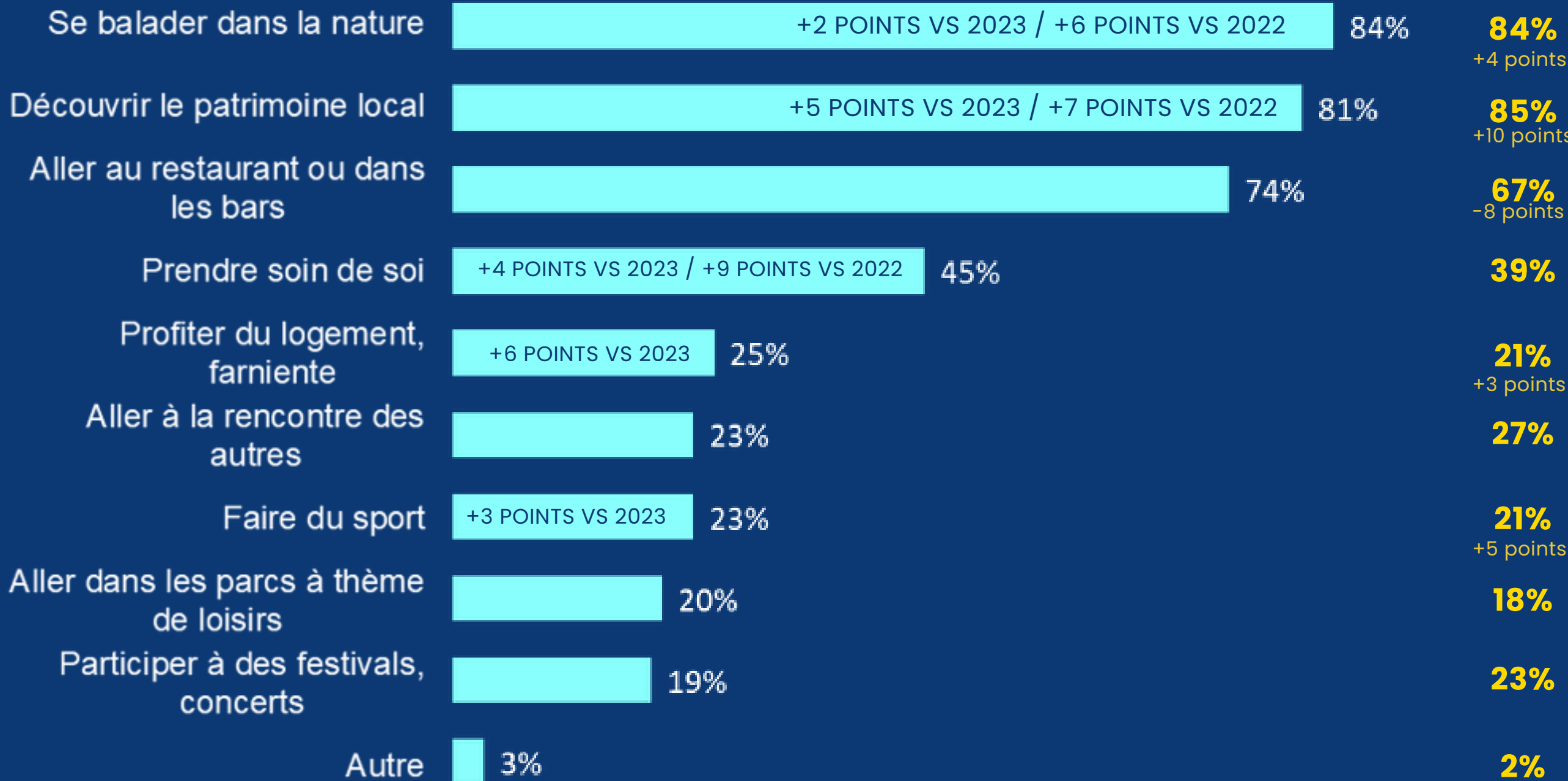
67% DES HABITANTS D'OCCITANIE

Q : COMMENT ORGANISEZ-VOUS LES ACTIVITÉS À FAIRE DURANT VOS VACANCES ?

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

L'Agence

UN SEUL MOT D'ORDRE : PROFITER !



LES BALADES RESTENT L'ACTIVITÉ N°1

SUIVIES DU PATRIMOINE LOCAL, ET DES RESTAURANTS ET BARS

84%
+4 points

85%
+10 points

67%
-8 points

39%

21%
+3 points

27%

21%
+5 points

18%

23%

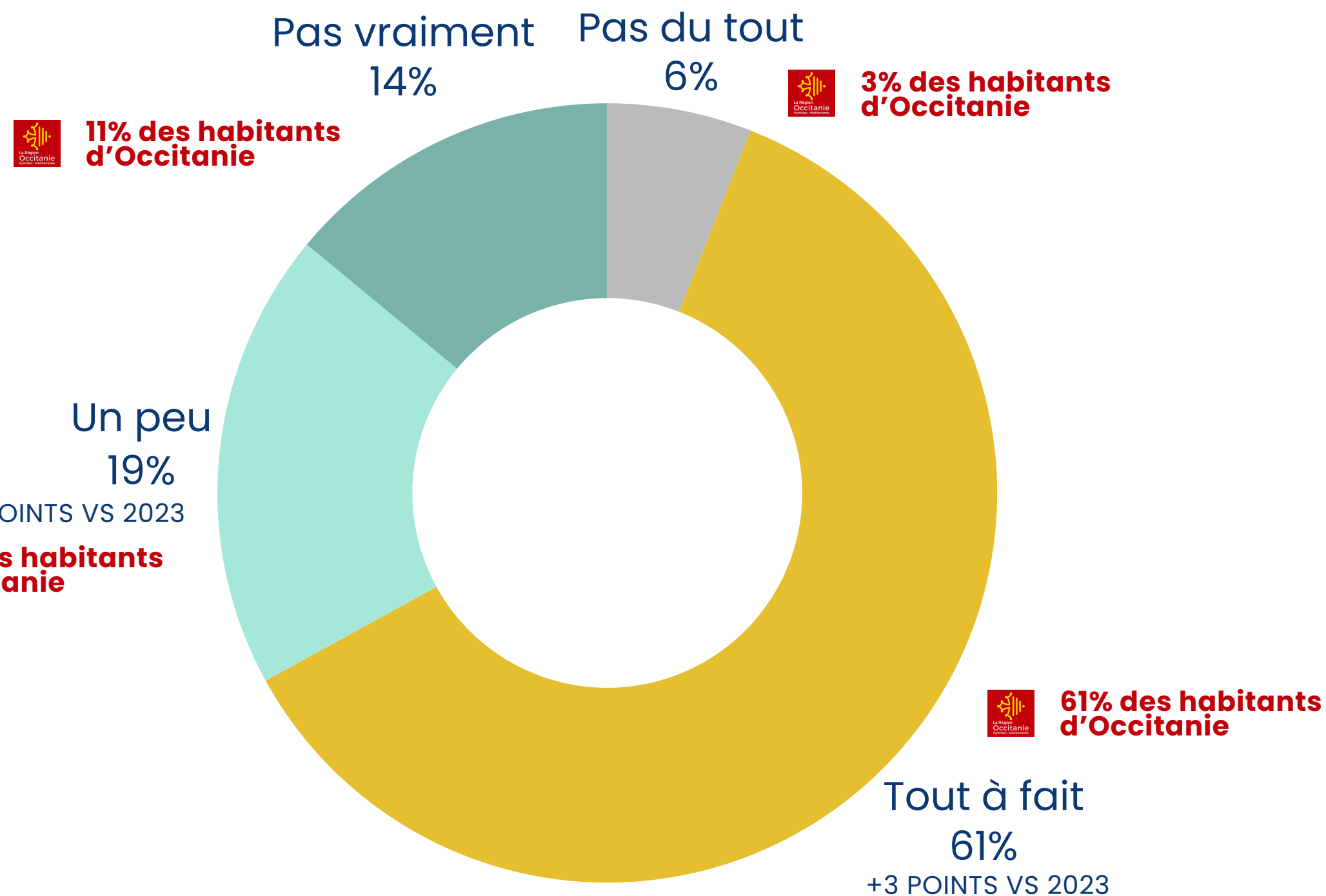
2%



Q : QUELLES ACTIVITÉS COMPTEZ-VOUS FAIRE PENDANT VOS VACANCES ? PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES
1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

LA CONSOMMATION LOCALE A TOUJOURS LA CÔTE

80% SOUHAITENT CONSOMMER PLUS LOCAL POUR LES VACANCES



Q : LORS DE VOS VACANCES D'ÉTÉ, ALLEZ-VOUS CONSOMMER PLUS LOCAL (FRANÇAIS) ?
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

BOUCHE À OREILLE, GUIDES PRATIQUES ET INTERNET

LES PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION SUR PLACE



1. BOUCHE A OREILLE

56%

+3 POINTS VS 2023



48%



2. GUIDES PRATIQUES

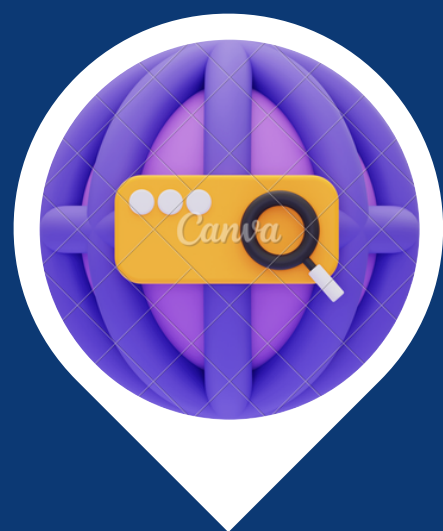
53%

+4 POINTS VS 2023



55%

+4 points vs 2023



3. INTERNET

51%

-5 POINTS VS 2023



53%



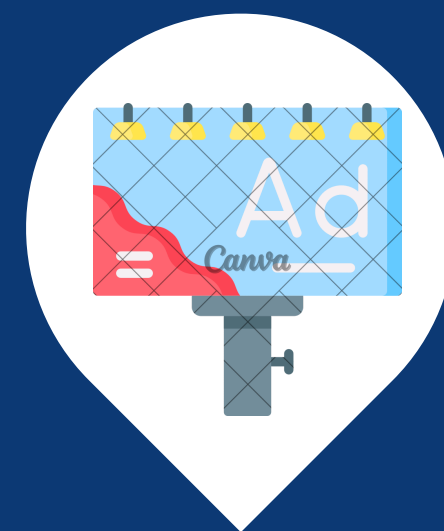
4. ORGANISMES TOURISTIQUES

45%

-5 points vs 2023



42%



5. PUBLICITÉS SUR PLACE

41%

+4 POINTS VS 2023



40%

+3 points vs 2023



6. MÉDIAS LOCAUX

31%

+4 points vs 2023



34%



7. RÉSEAUX SOCIAUX

23%



28%

● ● ● 4% AUTRE

Q : SUR VOTRE LIEU DE VACANCES, D'OÙ VOUS VIENT L'INSPIRATION DES ACTIVITÉS À FAIRE DANS LE COIN ? PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES
1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

UNE FORTE ATTENTE DE CONTENUS PENDANT LES VACANCES

DES CHIFFRES ÉLEVÉS SUR TOUS LES ITEMS QUI MONTRENT UNE APPÉTENCE POUR DE NOMBREUSES ACTIVITÉS

Nouveau
Canva

1

75% LIEUX INSOLITES



72%



69% BONNES
ADRESSES



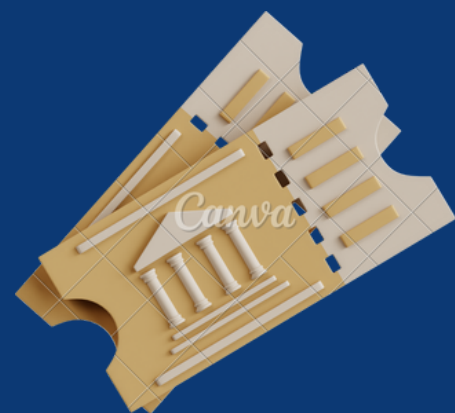
64%

2

69% ACTIVITÉS
CULTURELLES



66%



4

MARCHÉS LOCAUX
67%



70%

5

BALADES NATURE
60%



64%

6

FESTIVITÉS LOCALES
55%



58%

7

ACTIVITÉS LOISIRS
40%



44%

8

BONS PLANS
40%



44%

9

SHOPPING
11%



12%

Q : QUEL TYPE DE CONTENU ÉDITORIAL ATTENDEZ-VOUS PENDANT VOS VACANCES, LORSQUE VOUS LISEZ DES GUIDES PRATIQUES ?

1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

L'Agence

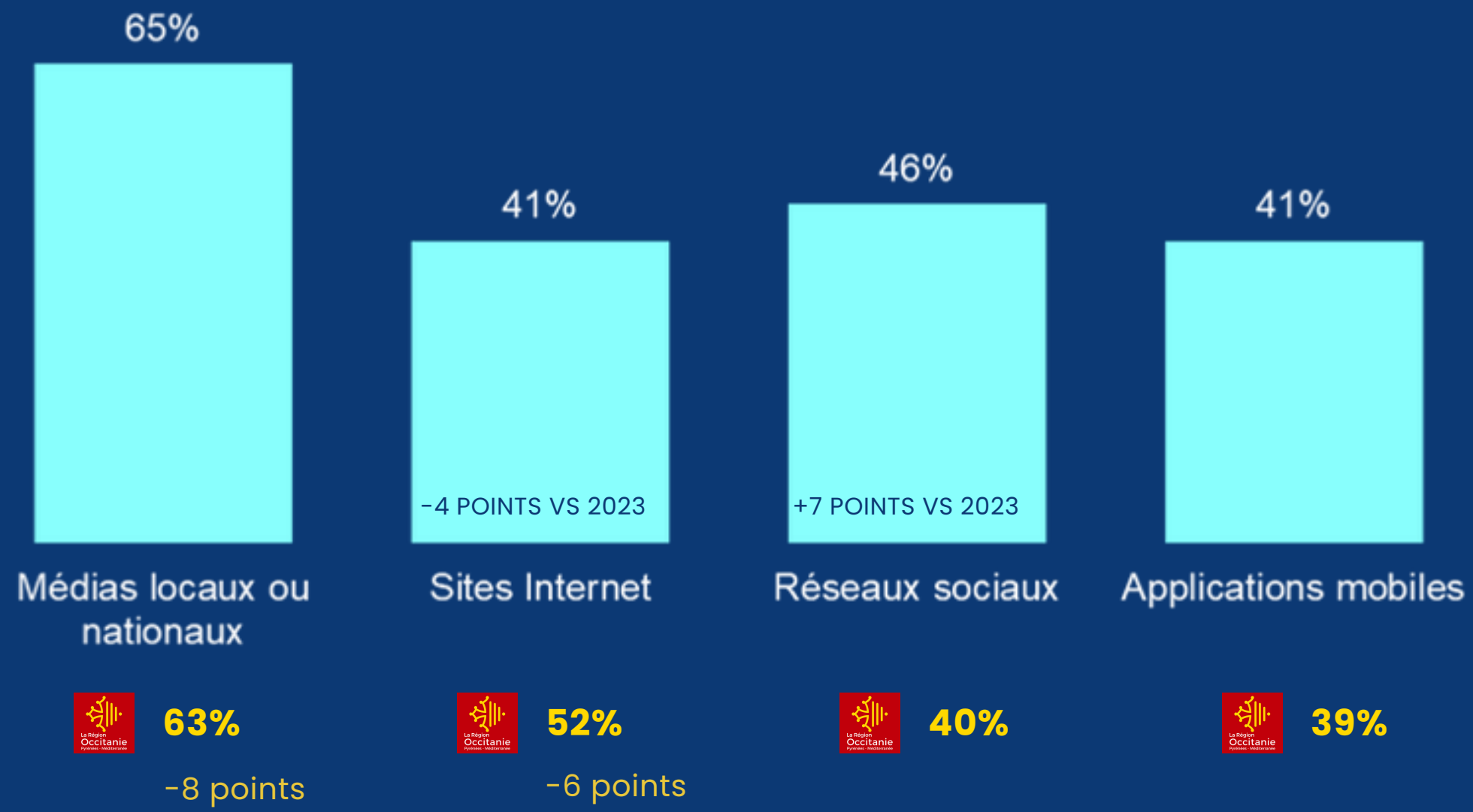


59%

DES FRANÇAIS DÉCLARENT SE TENIR AU COURANT DE L'ACTUALITÉ PENDANT LEURS VACANCES



57% DES HABITANTS D'OCCITANIE



Q : VOUS TENEZ-VOUS AU COURANT DE L'ACTUALITÉ PENDANT VOS VACANCES ? PAR QUEL(S) MOYEN(S) ? PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES
1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE

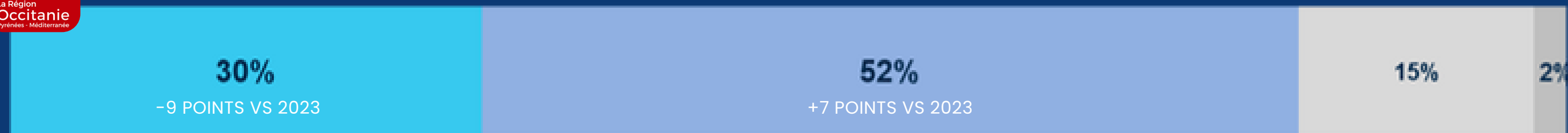
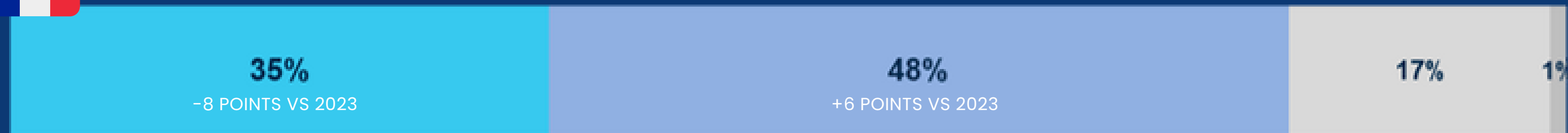




L'OCCITANIE, PERCEPTION ET ATOUTS

83% DES FRANÇAIS CONNAISSENT BIEN LEUR RÉGION D'HABITATION

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout

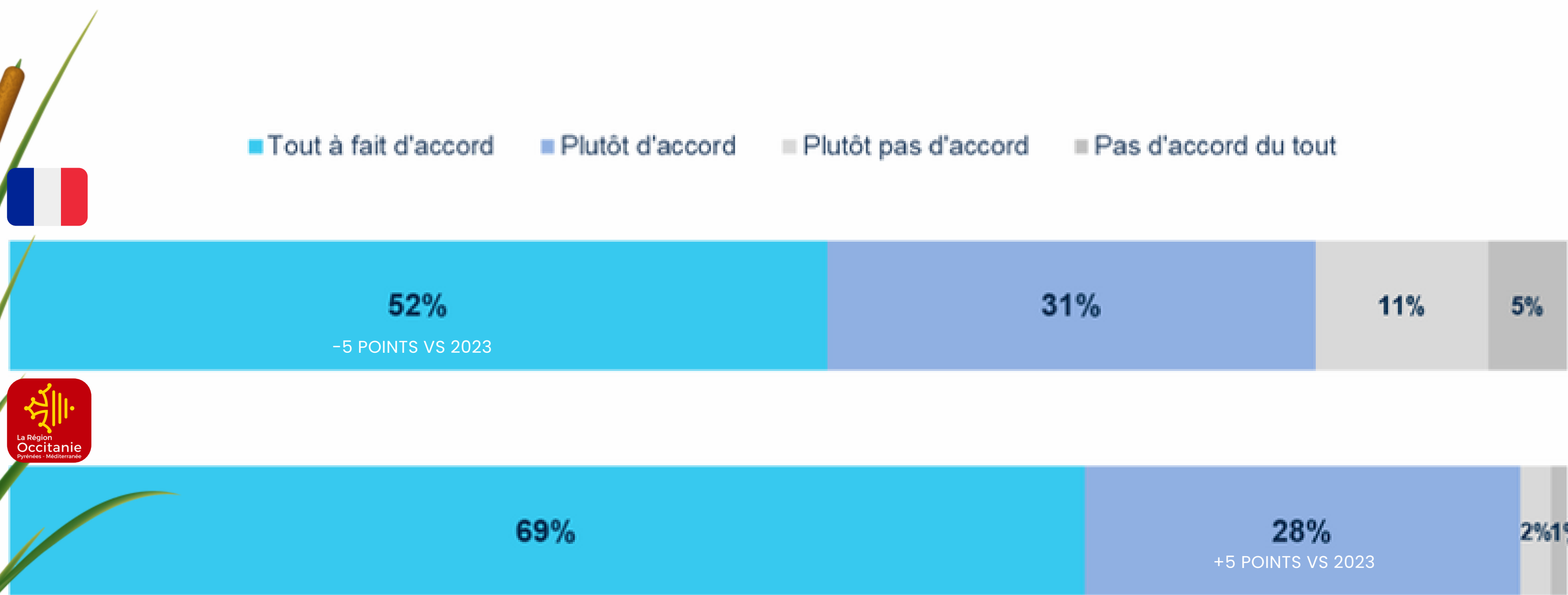


Q : VEUILLEZ INDIQUER VOTRE NIVEAU D'ACCORD CONCERNANT PLUSIEURS ÉLÉMENTS DE LA RÉGION DANS LAQUELLE VOUS HABITEZ...
1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE



83% DES FRANÇAIS SONT FIERES DE VIVRE DANS LEUR RÉGION D'HABITATION

UNE FIERTÉ ENCORE PLUS FORTE EN OCCITANIE

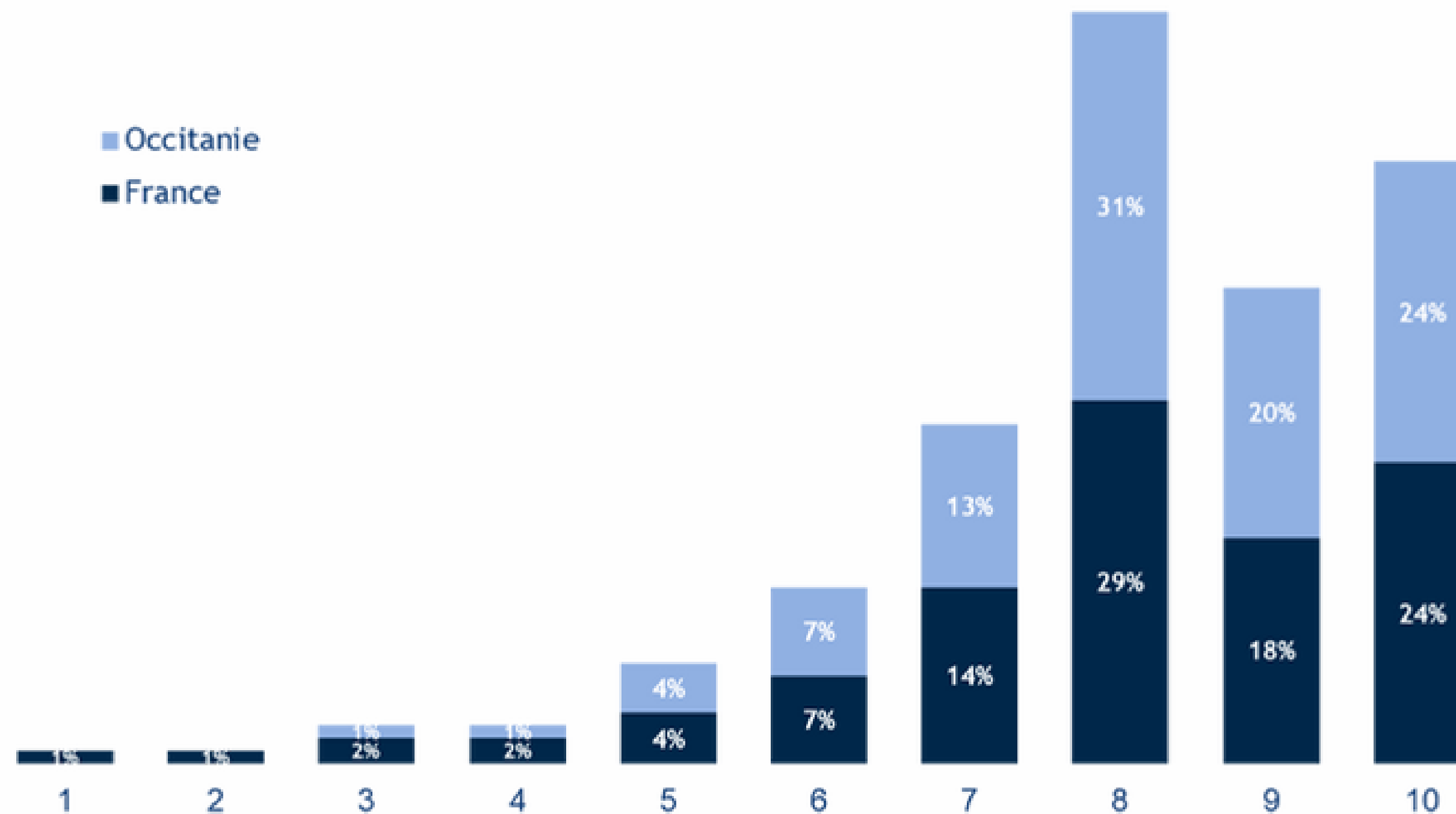


Q : VEUILLEZ INDIQUER VOTRE NIVEAU D'ACCORD CONCERNANT PLUSIEURS ÉLÉMENTS DE LA RÉGION DANS LAQUELLE VOUS HABITEZ...
1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE



LES FRANÇAIS (RE)CONNAISSENT LEUR PATRIMOINE CULTUREL ET NATUREL

★ 8,2 FRANCE
8 OCCITANIE



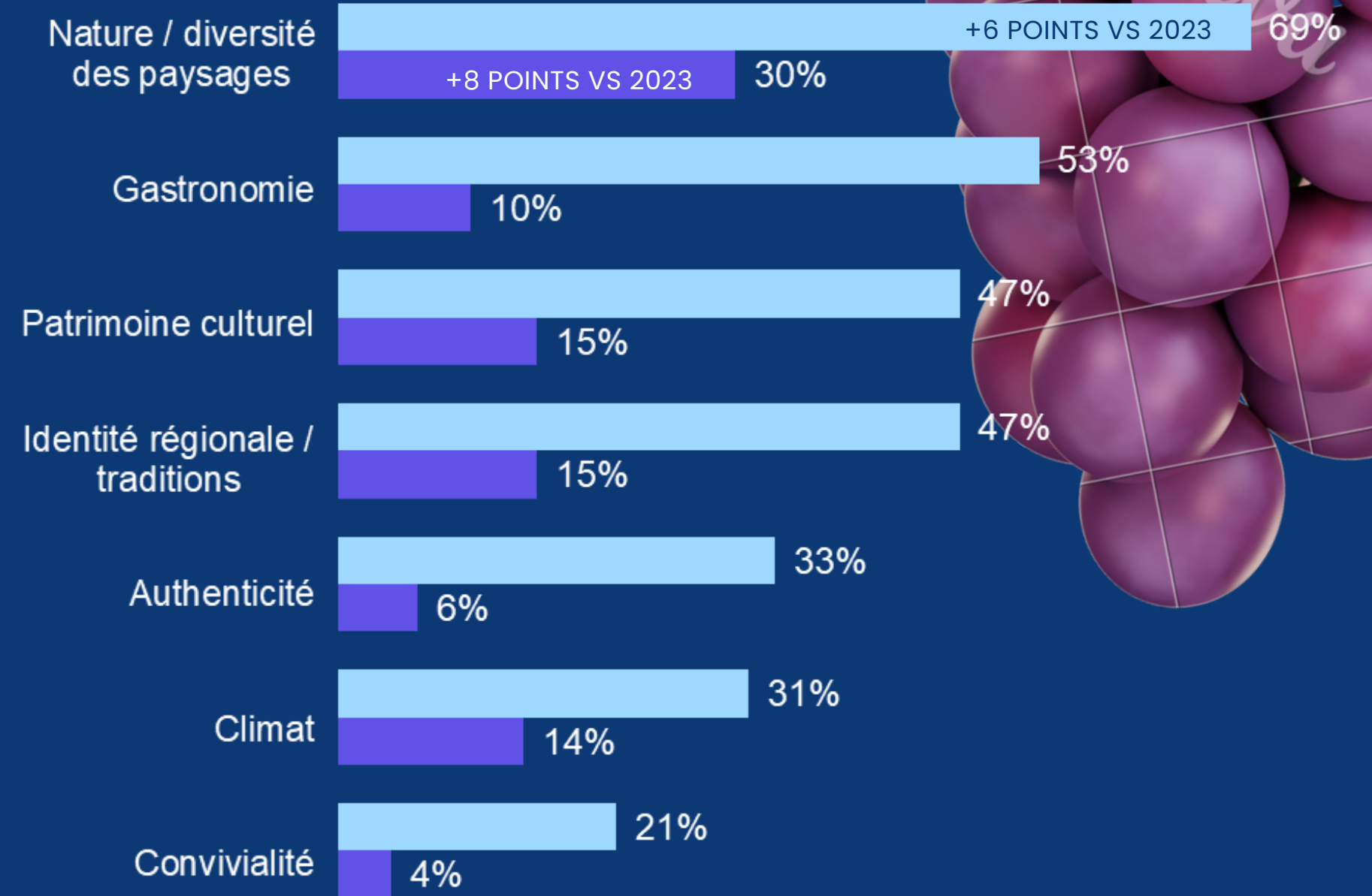
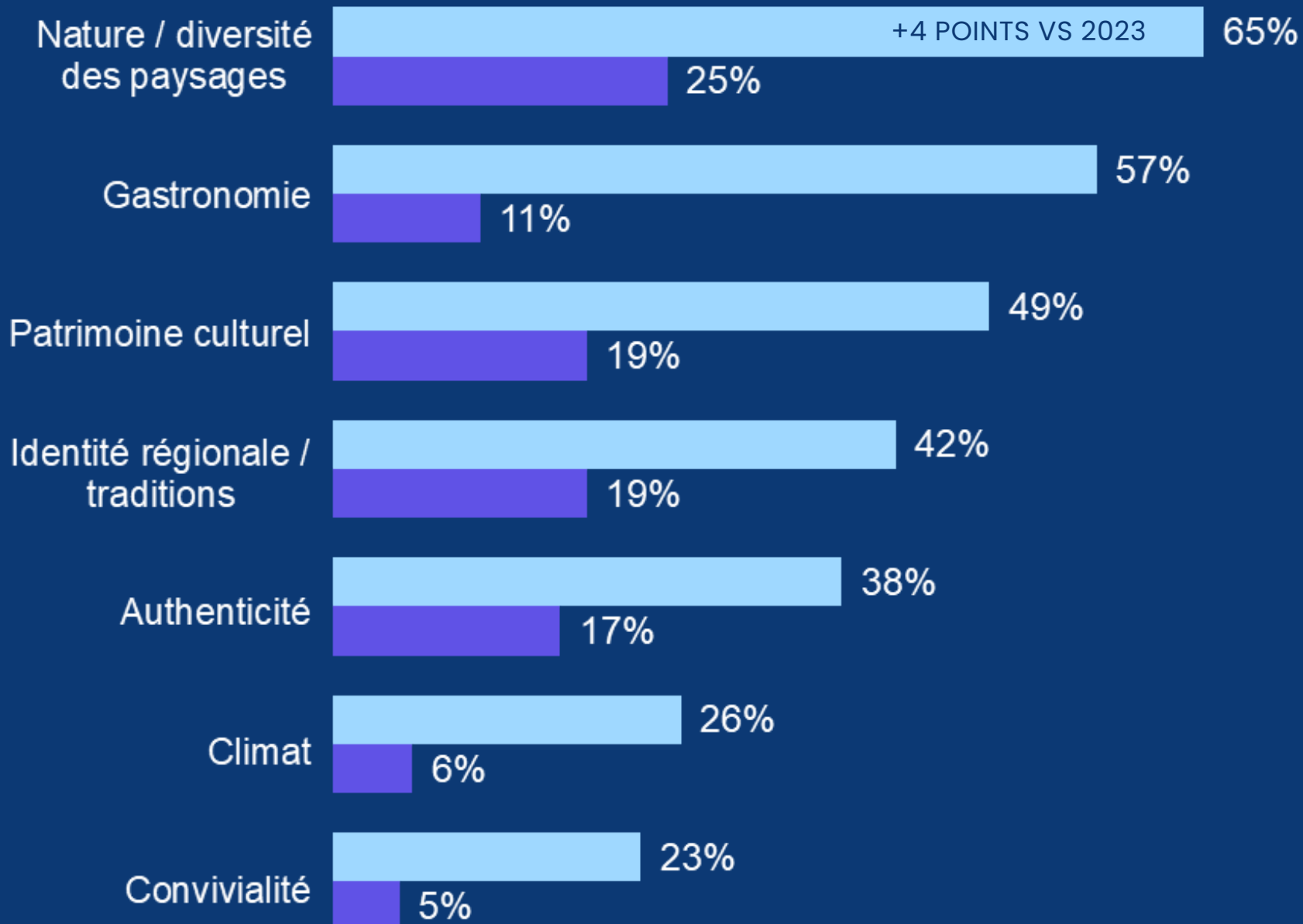
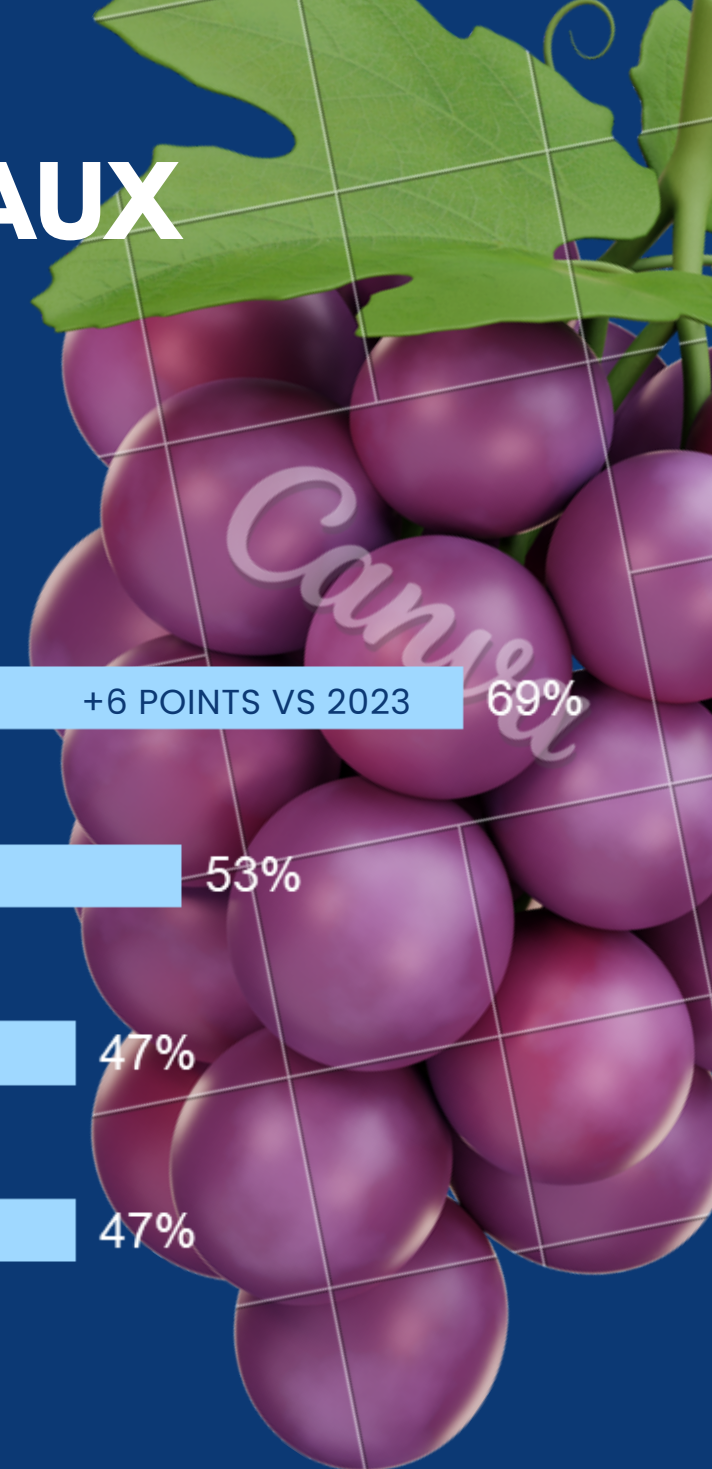
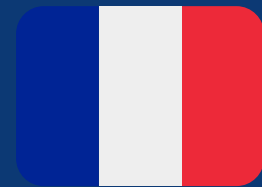
Q: SUR UNE NOTE DE 1 À 10, COMMENT ÉVALUEZ-VOUS LE PATRIMOINE CULTUREL ET NATUREL DE LA RÉGION DANS LAQUELLE VOUS HABITEZ

1 200 RÉPONDANTS- DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 OCCITANIE

L'Agence

LA NATURE ET LA GASTRONOMIE COMME ATOUTS PRINCIPAUX

LE CLIMAT FORTEMENT APPRÉCIÉ PAR LES HABITANTS DE L'OCCITANIE



Q : SELON VOUS, QUELS SONT LES ATOUTS PRINCIPAUX DE VOTRE RÉGION ?

1 200 RÉPONDANTS DONT 800 REPRÉSENTATIFS FRANCE ET UN BOOST DE 400 RÉPONDANTS OCCITANIE



BEST CASES

BEST CASES

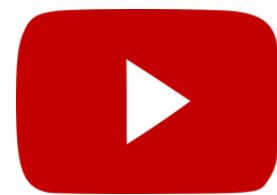


BEST CASE : AÉROPORT DE CARCASSONNE



L'aéroport de **CARCASSONNE** nous a sollicité afin de promouvoir ses destinations et booster la vente de billets au départ de la ville.

Pour répondre à ces enjeux, une campagne multicanale a été mise en place, avec sur le digital l'activation de **META, PINTEREST, YOUTUBE et GOOGLE DISPLAY**.

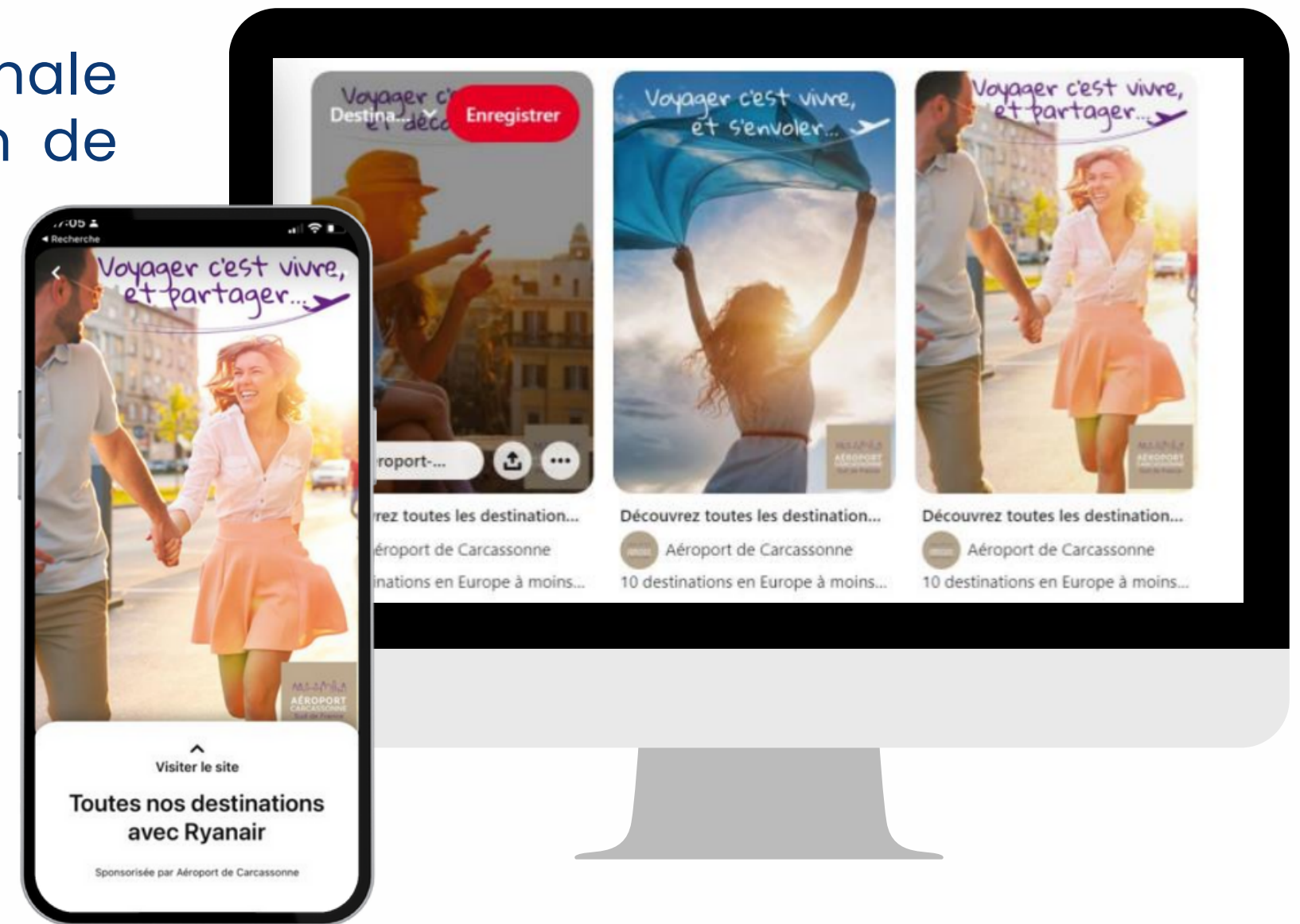


DES RÉSULTATS AU RENDEZ-VOUS AVEC NOTAMMENT :

3.5M d'impressions délivrées auprès de la cible
Une performance **supérieure** aux estimations sur tous les leviers

+32k clics enregistrés

Un CTR plus de **2x supérieur** aux moyennes sur Meta



BEST CASE : OFFICE DE TOURISME DU PIC SAINT-LOUP

L'office de tourisme du Grand Pic Saint-Loup nous a sollicité afin de mettre en avant la richesse de son patrimoine et de ses activités et booster la fréquentation auprès d'une cible de proximité.

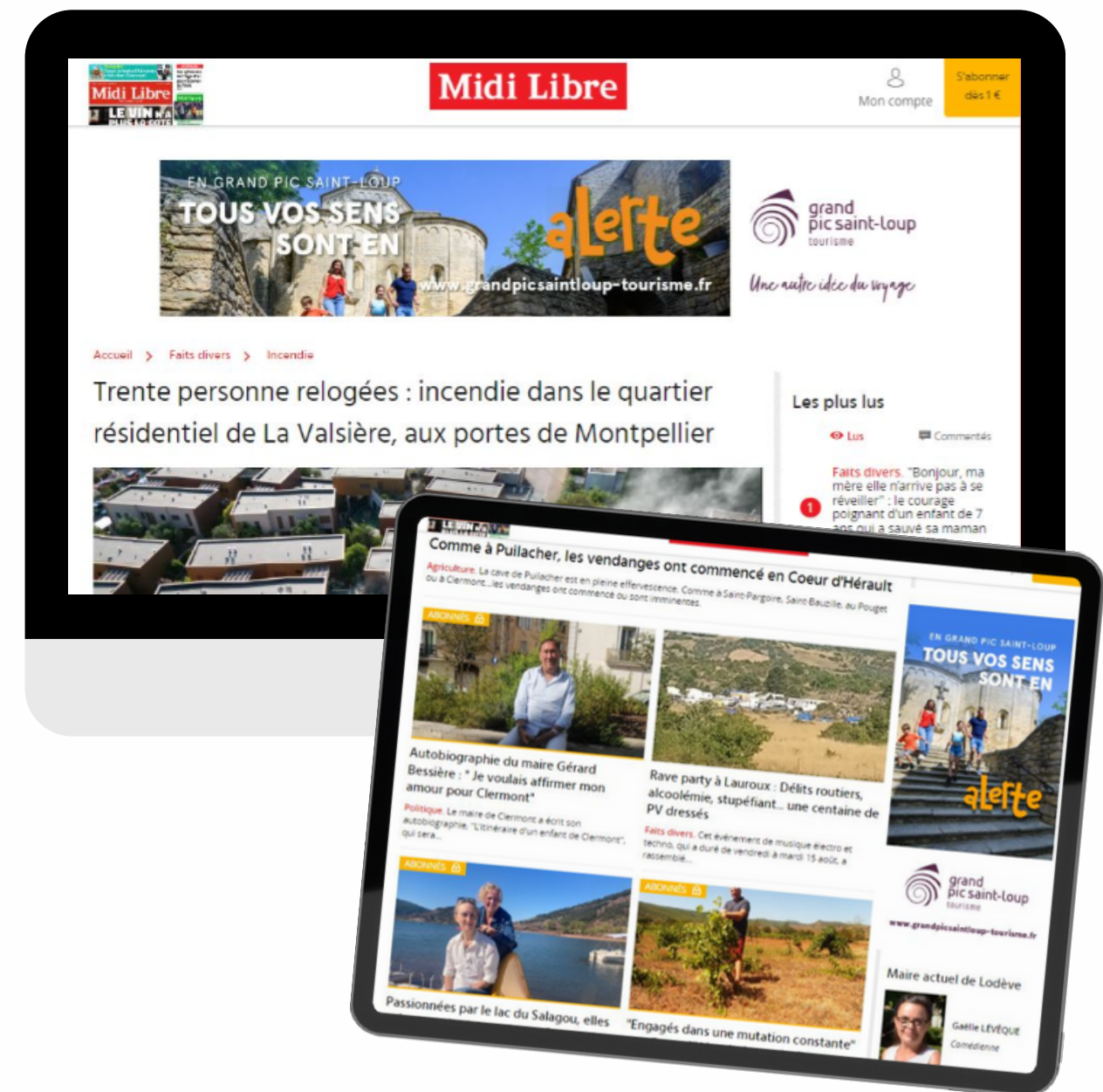
Nous les avons accompagné au travers d'une **campagne diffusée sur le site de midi libre.**

RÉSULTAT :

70K

**IMPRESSIONS DIFFUSÉES EN 3 JOURS
SUR MONTPELLIER ET LODÈVE !**

Midi Libre



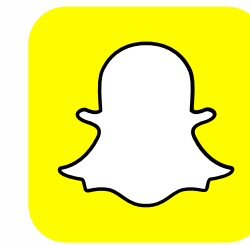
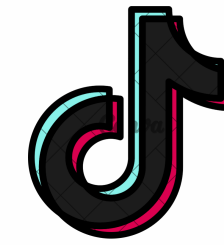
L'Agence

BEST CASE : ROSE FESTIVAL



ROSE FESTIVAL, 1ère édition du nom, avait un double **objectif de notoriété et d'acquisition**, orienté sur l'activation de la billetterie.

Une activation sur **FACEBOOK, INSTAGRAM, SNAPCHAT et TIKTOK** ainsi que sur **GOOGLE avec PERFORMANCE MAX** a été mise en place sur 6 mois.



Les résultats pour cette première édition ont été au rendez-vous, avec un **franc succès** sur les taux d'engagements et de conversions :

11.6M d'impressions livrées, un CTR de 2,94% sur META (vs. une moyenne nationale de 1%), 1,24% sur Snapchat (vs. 0,9%) et un CTR extrêmement fort sur Google à 28% (vs. 3% référentiel national)

Avec au global, près de **21K ajouts au panier grâce à la campagne !**

