

Pérols, le 11 Mai 2020

DISPOSITIF DE

RESONNANCE VIRALE RESEAUX-SOCIAUX

POUR LA REGION OCCITANIE | PORTEE PAR LA FILIERE HPA

La confédération HPA Occitanie a décidé de mettre en place un dispositif novateur de promotion des campings sur les réseaux sociaux pour la saison 2020. Il consiste à collaborer avec les campings pour produire des contenus éditoriaux de qualité et de les mettre en ligne selon une architecture très spécifique afin d'obtenir la meilleure résonance possible en intra régionale (ou plus largement selon la situation sanitaire entre mi-juin et fin juillet).

Ce dispositif a pour but d'associer à une même démarche de valorisation des territoires, les campings ainsi que l'ensemble des acteurs publics et privés d'Occitanie. Par l'ensemble des acteurs publics ou privés, nous entendons OT, CDT, CRT, mais aussi grands sites, prestataires de loisirs, événements (même annulés qui ont besoin de communiquer), grands restaurateurs, musées, producteurs bio, parcs régionaux ... tout ce qui articule le tourisme dans notre région.

Cette association est à la fois pertinente stratégiquement pour la portée du dispositif mais elle l'est aussi pour chaque partenaire de l'opération. **Chaque partenaire pourra bénéficier de la visibilité de l'opération, améliorer le volume de sa communauté ainsi que la qualité de l'engagement de ses communautés sociales respectives.** Les campings bénéficieront en plus d'un volet formation sur l'usage des réseaux sociaux.

Dans ce cadre, la région finance 50% du dispositif.

En marge de ce dispositif, les départements pourront aussi abonder en finançant tout ou partie de la part camping de leur département et/ou en finançant un volet marketing additionnel.

DEFINITION RESONNANCE VIRALE

Il s'agit d'activer la circulation de contenus éditoriaux structurés sur les réseaux sociaux de plusieurs opérateurs primaires puis organiser immédiatement la viralité grâce à une seconde couche de communautés partenaires liées par le sujet et le territoire.

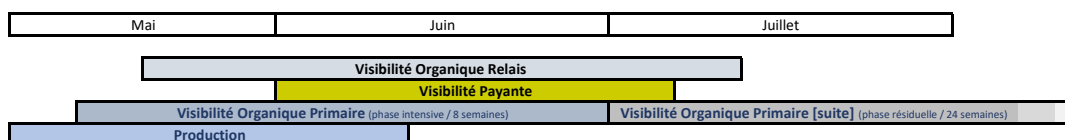
Les 2 couches se répondent et décuplent la visibilité de l'ensemble des communautés sociales du dispositif. On dit qu'elles rentrent en résonance.

En multipliant le nombre d'émetteurs initiaux (ici plus de 200 campings en Occitanie), on accentue ce phénomène.

En produisant 3 contenus éditoriaux distincts par camping (par le fond et la forme), on diversifie la nature des couches relais.

En ajoutant un budget marketing d'accompagnement, on ouvre la circulation à des cibles exogènes.

L'AGENDA



Le dispositif est officiellement lancé le lundi 18 mai. La phase BtoC débutera le 25 mai. Elle s'intensifiera à partir du 1^{er} juin en fonction de la situation sanitaire jusqu'à la fin juillet et fera l'objet d'un relais, moins actif jusqu'à la fin de l'année.

UN ROLE TACTIQUE POUR «L'HOTE» EN SITUATION DE CRISE COVID-19

- Le séquençage classique « séduction/information/réassurance/achat » d'un processus d'achat ne sera pas respecté cette année. La phase de réassurance sera hypertrophiée, voire prioritaire.
- La réassurance peut être abordée de plusieurs manières mais l'un des moyens qui semble le plus pertinent est de donner directement la parole à l'hôte (le Camping), en le mettant en scène dans son environnement régional.
 - C'est l'hôte qui est le meilleur vecteur de communication de réassurance.
 - Les intermédiaires (au sens le plus large) n'ont pas le même niveau de légitimité ... mais ils sont légitimes pour relayer l'information émise par l'hôte et de faire « raisonner »

MULTI DIMENSIONNEMENT MARKETING

Ce dispositif a pour objet de **mettre en place du plus gros réseau éditorial public privé intra régional hébergeur & loisirs jamais réalisé**. Ce dispositif intègre l'approche la plus pertinente dans un contexte nécessitant l'angle le plus humaine possible.

L'adaptabilité de la puissance marketing du dispositif est parfaite pour une activation sur toute la période 2020 et la plasticité du dispositif permet à l'importe quel acteur privé ou institutionnel d'abonder et accroître la circulation des posts concernant les campings de son périmètre.

LES GRANDES ETAPES DU DISPOSITIF

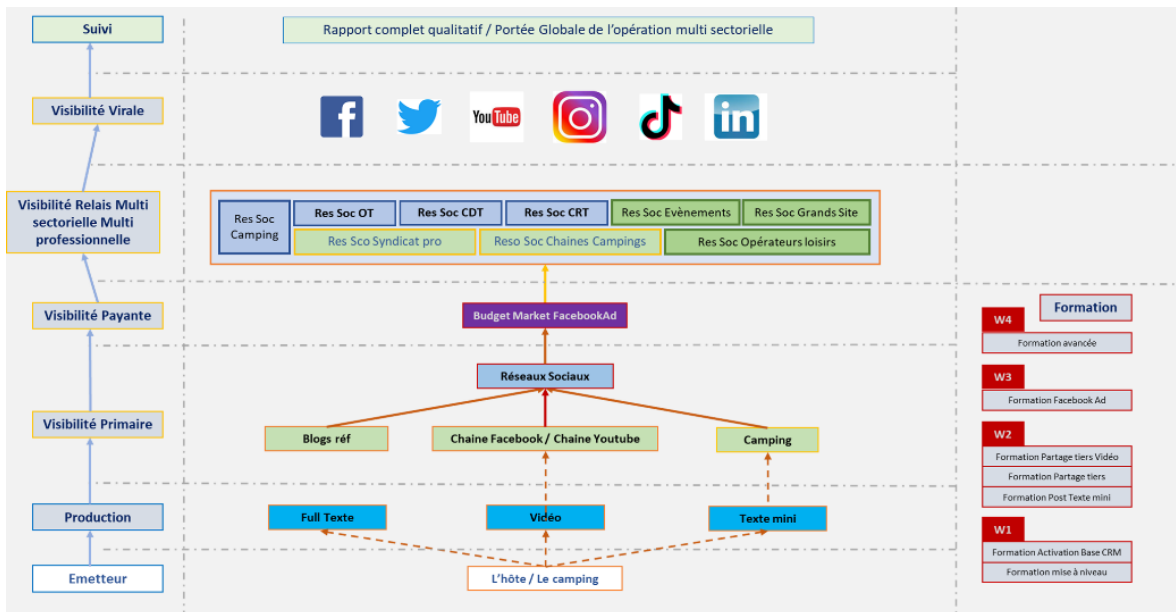
Phase de production éditoriale

Sur la base d'un questionnaire administré et d'échanges avec le gestionnaire du camping, ainsi qu'un complément d'information et de média collecté par ailleurs, les équipes de production produisent 3 supports éditoriaux distincts :

- Un **[Mini Texte]** développe un sujet exclusivement tourné sur le gestionnaire et son histoire avec son établissement.
- Un **[Full Texte]** développe l'implantation de son établissement dans son territoire.
- Une **[Vidéo]** capable de fusionner les 2 dans un format plus viral.

La visibilité du dispositif (5 dimensions)

- **Circulation Organique Primaire**
 - Le **[Mini Texte]** est posté sur les réseaux sociaux du camping.
 - Le **[Full Texte]** est posté sur un des blogs de référence du dispositif qui le relais lui-même sur ces réseaux sociaux.
 - La **[Vidéo]** est postée sur une chaîne YouTube, ainsi qu'une chaîne Facebook.
- **Résonance Organique Virale Secondaire**
 - Les réseaux sociaux de « l'OT » relaieront les post parlant de sa station / village.
 - Les réseaux sociaux des « grands sites » relaieront les post parlant de leur site.
 - Les réseaux sociaux des « Prestataires de loisirs » relaieront les posts.
 - Les réseaux sociaux des événements ou lieu culturels relaieront les posts.
 - Les réseaux sociaux des départements liés à chaque post relaieront les posts de leur département.
 - Les réseaux sociaux de la région relaieront les post.
 - Les réseaux sociaux de portail camping des groupement pro, chaîne ou syndicaux relayeront les post les concernant.



- **Circulation Organique Virale Tertiaire**
 - 5 à 15 % selon le niveau d'adhésion des amis / followers & abonnés de chaque émetteur primaire et relayeur secondaire partageront l'info à leur propre cercle.
- **L'audience Payante (Facebook Ad) sur le post initial**
 - Le post Vidéo aura son audience sponsorisée par un budget marketing afin de multiplier son audience selon un puissance et une stratégie liée à l'activité de réservation.
- **L'audience Payante (Facebook Ad) additionnelle**
 - Tout opérateur pourra abonder financièrement afin d'ajouter de la visibilité au niveau de son OT, de son département ou de son camping.

L'ACCOMPAGNEMENT DU DISPOSITIF

- Le Volet production est un point capital afin de produire des contenus qualitatifs et capable de générer de la viralité.
- Le deuxième volet consiste à encadrer et former les campings à un meilleur usage des réseaux sociaux.
- Le troisième volet est le plus lourd puisqu'il s'agit d'orchestrer la résonance des posts de la couche primaire avec l'ensemble des acteurs de la couche relais professionnelle et institutionnelle.
- Le quatrième consiste à la gestion du budget marketing.
- L'ultime est de faire un suivi longitudinal et un rapport statistique complet, avec un comparatif quantitatif des metrics initiaux et finaux de l'ensemble des opérateurs.

LE BUDGET PAR CAMPING

Le coût de l'opération est découpé en honoraires globaux ainsi qu'un cout par établissement incluant un volet formation, et une enveloppe marketing de 150 €.

50% des couts sont pris en charge par la région Occitanie.

Le cout pris en charge par le camping est ainsi ramené à 300 € H.T., tarif qui est pondéré en fonction de la taille de l'établissement.

Les tarifs pondérés sont structurés ainsi :

	Prix de vente
Prix / Camping < 100 emplacements	195 €
Prix / Camping < 300 emplacements	300 €
Prix / Camping > 301 emplacements	390 €

DETAILS

Détails de l'opération par camping

Découpage de l'opération par camping	
Communication / Commercialisation du dispositif camping	30 €
Production éditorial	80 €
Production Vidéo	80 €
Publication sur blog de ref / Gestion campagne Facebook Ad	50 €
Accompagnement / formation réseau sociaux par camping	120 €
Coordination « partenaires »	60 €
Budget media pour facebook ad	150 €
Rapport et suivi par et pour le camping et l'ensemble des opérateurs	30 €
total / camping	600 €

QUOTA ET CONDITIONS D'ELIGIBILITES

Afin de permettre une équité régionale et départementale, une mécanique de quota a été mise en place afin de garantir la répartition cohérente territoriale des campings promotionnés.

Cette répartition ainsi que le dispositif se fait sur la base du nombre de campings adhérents à leur syndicat.

Le nombre de camping maximum bénéficiant du dispositif et de son financement pour l'ensemble de la région est de 247.

Afin de produire un dispositif cohérent avec la répartition de l'offre sur l'ensemble des départements, le tableau suivant indique le nombre de camping min et max par département.

L'ordre d'arrivée fera référence pour la prise en compte des commandes, et ceux par département.

	Nombre	En %	Répartition base	quota min.	Nombre min.	quota Max.	Nombre plafond
Ariège (09)	40	4,85%	11,99	80%	10	110%	13
Aude (11)	44	5,34%	13,19	80%	11	110%	15
Aveyron (12)	65	7,89%	19,48	80%	16	110%	21
Gard (30)	94	11,41%	28,18	80%	23	110%	31
Haute-Garonne (31)	27	3,28%	8,09	80%	6	110%	9
Gers (32)	28	3,40%	8,39	80%	7	110%	9
Hérault (34)	161	19,54%	48,26	80%	39	110%	53
Lot (46)	70	8,50%	20,98	80%	17	110%	23
Lozère (48)	43	5,22%	12,89	80%	10	110%	14
Hautes-Pyrénées (65)	84	10,19%	25,18	80%	20	110%	28
Pyrénées-Orientales (66)	132	16,02%	39,57	80%	32	110%	44
Tarn (81)	20	2,43%	6,00	80%	5	110%	7
Tarn-et-Garonne (82)	17	2,06%	5,10	80%	4	110%	6
Total	824	100,00%	247	80%	197,60	120%	272,03

De la même manière, afin de maîtriser un niveau qualitatif de l'offre, des conditions complémentaires sont exigées. Seuls les campings adhérents à la fédération et ayant au minimum 3 étoiles sont éligibles au dispositif ainsi que les campings de 2 étoiles et de plus de 100 emplacements.

Enfin, les campings doivent aussi présenter une page Facebook à jour avec un minimum de 200 followers pour être éligible au dispositif.

CoHpa	<100	100 à 199	200 à 299	>300	Total	Eligible
PRL & non classé	44	2	0	0	46	non
1*	13	1	0	0	14	non
2*	108	22	3	3	136	oui si > 100
3*	228	119	12	5	364	oui
4*	57	75	45	48	225	oui
5*	3	9	9	24	45	oui
	453	228	69	80	830	

PARTICIPATION / ABONDEMENT D'UN ADT / CDT / OT

Il y a 2 possibilités pour un acteur institutionnel local ou départementale de participer financièrement au projet sur le périmètre strict de sa commune ou son département.

- Soit en prenant en charge tout ou partie du cout résiduel des campings.
- Soit en abondant à l'enveloppe marketing par camping incluse dans l'opération (150€ H.T.)
- Soit les DEUX.

Exemple type, l'ADT du Gard :

Le quota minimum des campings du Gard est de 21 établissements, 31 max. Une participation complémentaire permettrait de garantir une sur-visibilité des campings du Gard dans le dispositif. Sur cette base, une proposition budgétaire est articulée sur 31 campings (ce chiffre est une variable ajustable)

Abondement territorial ADT Gard				
	Volet forfait	Volet marketing sup	Nombre camping	Total
Volet forfait seulement	300 €		31	9 300 €
Volet market seulement		100 €	31	3 100 €
Les deux	300 €	100 €	31	12 400 €

Voir dans annexe 4, détails par département

ANNEXE 1 : PROGRAMME DE FORMATION CAMPING

Le volet Accompagnement / Formation Réseau Sociaux sera réalisé par des experts et s'inscrit selon 2 dimensions :

La première a pour objet d'optimiser le rôle que les campings jouent dans ce dispositif de résonnance. En travaillant en amont la volumétrie de leur communauté, on élargit le périmètre organique primaire pour l'opération, en professionnalisant leur travail, on améliore l'engagement de leur communauté respective.

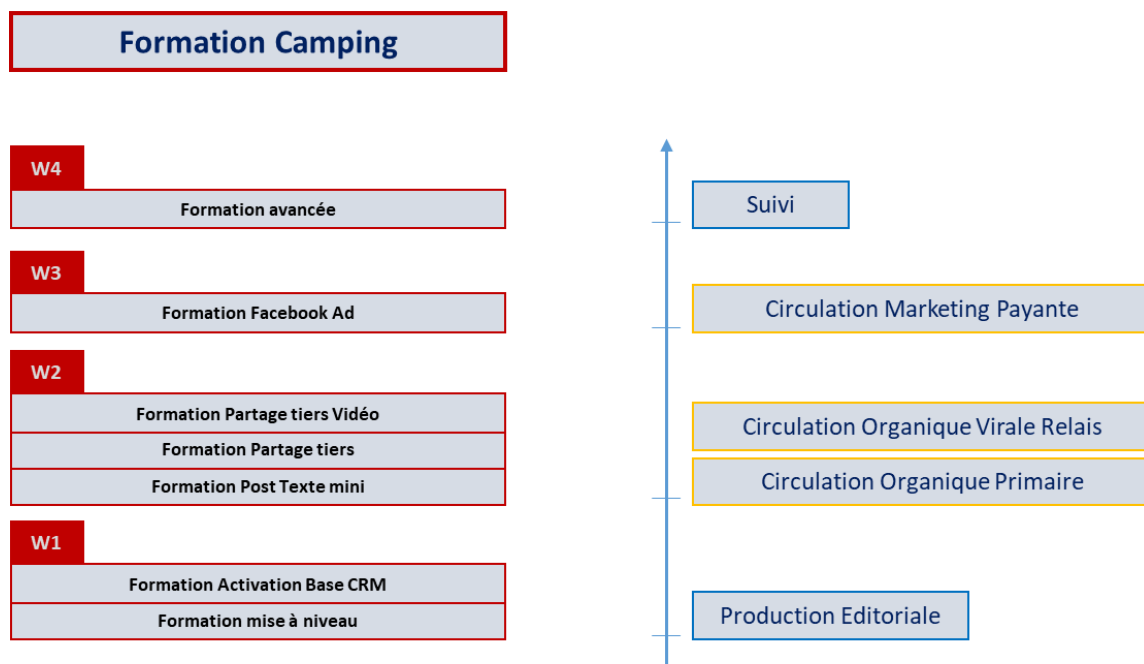
La seconde dimension est plus pérenne. A l'occasion de ce dispositif, on forme et/ou améliore les compétences des campings à un outil qui pourra jouer un rôle plus central dans leur stratégie marketing à venir. Ainsi, c'est toute l'attractivité régionale qui s'améliore quantitativement et qualitativement pour les saisons à venir.

Ce volet sera administré selon une méthodologie de cycle multiple. La série des 4 webinaires décrits ci-dessous sera initiée à plusieurs reprises, à chaque fois qu'un groupe de 10 campings minimum sera prêt.

Suite à chaque Webinaire, une hotline experte sera mise à disposition.

Ce volet formation sera aussi l'objet de la collecte des informations de suivi qui permettront de produire un document sur les évolutions des volumétries et de l'engagements des communautés de chaque camping (Avant – Pendant – Après).

Le volet « Formation active » s'achèvera fin juin, mais le travail de suivi sera opéré jusqu'à la fin de l'année.



ANNEXE 2 : DETAIL PRESTATION TARIFAIRE / CAMPING

Découpage de l'opération par camping	
Communication / Commercialisation du dispositif camping	30 €
Production éditorial	80 €
Production Vidéo	80 €
Publication sur blog de ref / Gestion campagne Facebook Ad	50 €
Accompagnement / formation réseau sociaux par camping	120 €
Coordination « partenaires »	60 €
Budget media pour facebook ad	150 €
Rapport et suivi par et pour le camping et l'ensemble des opérateurs	30 €
total / camping	600 €

La ventilation des coûts ne tient pas compte d'honoraires globaux de management du projet.

Communication / Commercialisation du dispositif camping :

Ce volet comprend webinar de présentation, action de phoning, contractualisation, gestion administrative des commande, suivi de règlement et facturation des campings.

Production éditoriale :

Ce volet inclut l'accompagnement des campings pour la saisie des informations nécessaires pour la production des contenus, les investigations complémentaires pour cumuler la data nécessaire à la production de ces contenus. La mise en forme des contenus dans le cadre de 2 posts, le mini texte et le full texte. Ce volet comprend une relecture marketing Virale ainsi qu'une relecture SEO.

Production Vidéo :

Ce volet reprend les mêmes éléments que le précédent mais dans le cadre d'une production d'une Vidéo d'une durée variable, entre 30 secondes et 2 minutes par établissement, sous condition que le contenu nécessaire soit disponible.

Publication sur blog de ref / Gestion campagne Facebook Ad

Ce volet Inclut le temps de production pour mettre en ligne les post sur les blogs de référence et lancer et suivre la campagne Facebook ad liée au blog de référence ainsi qu'aux supports marketing des plateformes Vidéo.

Accompagnement / formation réseau sociaux par camping

Ce volet, détaillé dans l'annexe 1 permet à l'ensemble des campings de monter en compétence sur le sujet des Réseau sociaux.

Coordination « partenaires »

Ce volet consiste à orchestré l'ensemble des mises en ligne initiales en les coordonnant avec les partenaires relais.

Budget media pour facebook ad

Ce volet consiste à acheter, notamment à Facebook, un complément de visibilité par son outil Facebook ad. Ce volet permettra, selon les besoins stratégiques d'acquisition de se concentrer sur l'intra régionale et/ou le péri-régionale, voir le marché nationale.

Rapport et suivi par et pour le camping et l'ensemble des opérateurs

L'ensemble de l'opération fera l'objet d'un suivi et d'un reporting au fil de l'eau et en fin d'opération sur l'ensemble des metrics connexes à l'opération.

ANNEXE 3 : LES ACTEURS DE L'OPERATION

CoHPA :

Président CoHpa : Jean-François Bey
Président FNHPA LR : Philippe Robert
Président FNHPA Mipy : Michel Dubié

Chef de Projet : Gilles Rigole
Chef de Mission LR : Manuel Bey
Chef de Mission Mipy : Arnold Bill
Direction de l'administration LR : Caroline Belaubre
Direction de l'administration Mipy : Céline Venica
Référente réseaux sociaux : Elise Ferreira

32 JUILLET :

Prestataire dédié : Manuel Mirabel, 32 Juillet

CRT :

Partenaire institutionnel CRT : Jean Pinard
Interlocutrice CRT dédiée : Corinne Carrere

ANNEXE 4 : TABLEAU D'ABONDEMENT / DEPARTEMENT

Abondement Territorial ADT				Ariège
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		13	3 900 €
Volet Marketing seulement		100 €	13	1 300 €
Les deux			13	5 200 €

Abondement Territorial ADT				Aude
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		15	4 500 €
Volet Marketing seulement		100 €	15	1 500 €
Les deux			15	6 000 €

Abondement Territorial ADT				Aveyron
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		21	6 300 €
Volet Marketing seulement		100 €	21	2 100 €
Les deux			21	8 400 €

Abondement Territorial ADT				Gard
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		31	9 300 €
Volet Marketing seulement		100 €	31	3 100 €
Les deux			31	12 400 €

Abondement Territorial ADT				Haute Garonne
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		9	2 700 €
Volet Marketing seulement		100 €	9	900 €
Les deux			9	3 600 €

Abondement Territorial ADT				Gers
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		9	2 700 €
Volet Marketing seulement		100 €	9	900 €
Les deux			9	3 600 €

Abondement Territorial ADT				Herault
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		53	15 900 €
Volet Marketing seulement		100 €	53	5 300 €
Les deux			53	21 200 €
Abondement Territorial ADT				Lot
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		23	6 900 €
Volet Marketing seulement		100 €	23	2 300 €
Les deux			23	9 200 €
Abondement Territorial ADT				Lozère
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		14	4 200 €
Volet Marketing seulement		100 €	14	1 400 €
Les deux			14	5 600 €
Abondement Territorial ADT				Haute Pyrénées
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		28	8 400 €
Volet Marketing seulement		100 €	28	2 800 €
Les deux			28	11 200 €
Abondement Territorial ADT				Pyrénées-Orientales
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		44	13 200 €
Volet Marketing seulement		100 €	44	4 400 €
Les deux			44	17 600 €
Abondement Territorial ADT				Tarn
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		7	2 100 €
Volet Marketing seulement		100 €	7	700 €
Les deux			7	2 800 €
Abondement Territorial ADT				Tarn-et-Garonne
	Volet Forfait	Volet Marketing	Nombre camping	Total
Volet Forfait camping seulement	300 €		6	1 800 €
Volet Marketing seulement		100 €	6	600 €
Les deux			6	2 400 €