



Commission Marketing

17 septembre
2021

- Tour de table
 - Actus GTMC
 - Actions des partenaires
- Actions 2021
- Propositions d'actions 2022
- Réflexion post-2022
- Expression libre

Tour de table

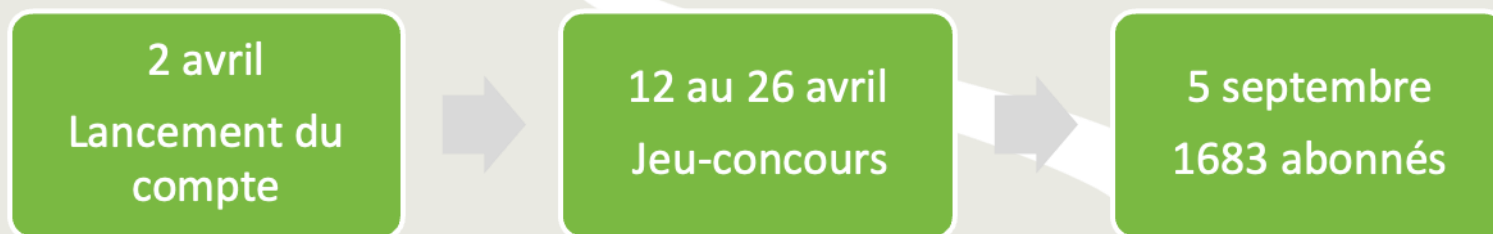
Actus GTMC & actions des partenaires

Actions 2021 en cours ou à venir

Animation réseaux sociaux

Budget : 7 300 € TTC
(dont 1 500 € d'achat d'espaces)

- Missions :
 - Définir les cibles, le positionnement et la ligne éditoriale du compte Instagram de la GTMC
 - Assurer le lancement du compte, son animation, l'acquisition des 1^{ers} abonnés (jeu-concours)
 - Mettre des outils à la disposition du comité d'itinéraire pour animer les comptes Instagram et Facebook
- Agence retenue : KBLB
- Objectifs Instagram (KPIs) : 1100 abonnés à 6 mois / taux d'engagement de 3%



- Jeu-concours :
 - Principe : être abonné au compte, commenter en taguant un ami et en indiquant ce qu'évoque pour soi la GTMC
 - Budget : 450€ d'achats d'espaces + 500€ de dotation jeu-concours
 - Dotation : co-branding Cap Vélo pour le « top lot », sacoches, magazines Les Others...
 - Bilan : 78 000 impressions, 426 commentaires/participants, 937 interactions
 - Peu de désabonnements à la fin du jeu + taux d'engagement en hausse → audience qualifiée

STATISTIQUES INSTAGRAM

1^{er} juin au 31 août 2021



1683 abonnés



■ Hommes ■ Femmes



30% des abonnés ont entre 25 et 34 ans
27% ont entre 35 et 44 ans



- | | |
|---------------------|--------------|
| 1. Paris | 4. Marseille |
| 2. Lyon | 5. Toulouse |
| 3. Clermont-Ferrand | |



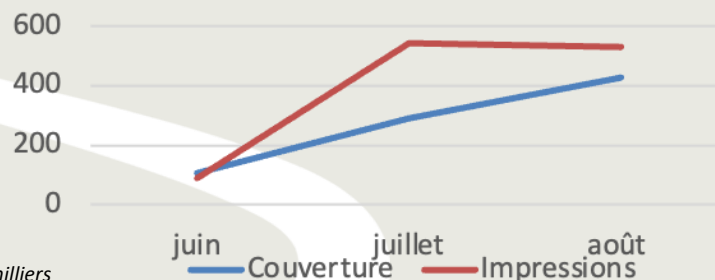
7.85% taux moyen d'engagement

(moy de 129 j'aime et 4 commentaires / post)



Couverture : 275 000 / mois *Comptes uniques ayant vu l'une des publications*

Impressions : 390 000 / mois *Total du nombre de vues des publications*



En milliers



7500 visites du profil

539 Clics sur l'adresse du site web



Tous les indicateurs sont au vert, c'est très prometteur pour la suite du compte @gtmc_vtt !

Excellent taux d'engagement (alors que la majorité des campagnes étaient en notoriété/découverte du profil) et très bon taux de couverture, indicateur majeur (pertinence du message et de l'audience ciblée)



• Livrables :

- Pour l'animateur des réseaux sociaux (Pierre) :
 - Planning éditorial
 - Guide des bonnes pratiques
- Pour les partenaires : tableau partagé « axes de contenus »
 - Pensez à le compléter avec des propositions de sujets à relayer sur les comptes Instagram et/ou Facebook :
 - Actualités (ex : nouvel hébergement)
 - Événements à proximité du tracé
 - Infos pratiques
 - À voir / à faire...
 - N'hésitez pas à taguer la GTMC sur vos propres réseaux sociaux
 - Et/ou à partager les posts/stories de la GTMC

Recommandations - INSTAGRAM

KBLB

- Mobiliser les partenaires de la GTMC pour relayer les posts/stories de la GTMC lorsque leur territoire est concerné
- Partager des posts qui utilisent le #gtmcvtt (avec demande d'autorisation)
- Suivre et commenter des comptes Instagram ciblés de la communauté VTT et itinérance
- Utiliser la fonction sondage en story pour impliquer la communauté (type de post souhaité, photo de couverture de topo...)
- Faire vivre le compte avec des **actus des territoires** (exemple labélisation de la Lozère « Vélo et Fromages »)
- Promouvoir la GTMC et/ou des tronçons produits par de belles images, avec des thématiques: gastronomie, nature, artisanat, culture...
- Toucher la clientèle « Epicurien », « Gravelman » et « BUL » avec des contenus dédiés et des audiences ciblées en fonction de leurs caractéristiques techniques.



gtmc_vtt

Contact

1 199

112

33 publications

1 682 abonnés

116 abonnements

La GTMC VTT

La plus grande traversée VTT 🇫🇷

📍 1380 km à VTT, 31 étapes

📍 Du Morvan à la Méditerranée

📍 7 tronçons, 3 à 8 jours d'itinérance

🚴 Accessible à tous



Les Others



- Déplacement sur le terrain (gravel) en avril :
 - Du 2 au 5 avril sur le tronçon Etang-sur-Arroux / Riom
 - Du 16 au 20 avril sur le tronçon Millau / Cap d'Agde
- Réseaux sociaux :
 - 58K vues sur les Reels du 09/04, près de 1700 likes et 56 commentaires
 - « Live » Instagram le 29/04 (questions/réponses avec la communauté) → environ 12K vues
 - Stories sur les tronçons nord et sud → environ + 100 abonnés sur le compte de la GTMC après chaque série de stories
 - Posts sur les tronçons nord/sud + présentation de l'article le 11/06
- Newsletter : encart dans la lettre du 20/04
- Sélection de 30 photos (usage web et RP pendant 2 ans)
- Publication d'un reportage de 14 pages dans le volume 13 (juin-novembre 2021)
- Article web enrichi : publication le 07/09
- Bonus :
 - Retours sur la praticabilité en gravel des 2 tronçons
 - Montage des stories en vidéo « témoignage » pour le point presse Roc d'Azur

A votre disposition
sur le Drive !

Budget (2021) : 6 300 € TTC

Relations presse



Budget (2021) : 4 920 € TTC

- **Missions :**
 - Diffuser le dossier de presse de la GTMC auprès de contacts qualifiés
 - Fournir de nouveaux angles rédactionnels aux supports spécialisés VTT/outdoor
 - Développer la couverture médiatique de la GTMC dans la presse généraliste
- **Agence retenue : Qui Plus Est**
- **Déroulé :**
 - Sélection d'une cinquantaine de médias (presse spécialisée + PQR des 3 régions)
 - Rédaction d'emails d'accompagnement (PQR / presse sport / presse voyage)
 - Envoi des emails et diffusion du dossier de presse : 20 janvier
 - Relances téléphoniques : mars à juin + septembre
- **Retombées :**
 - Entretiens/interviews pour Radio Arverne, Massif Central Magazine, La Montagne
 - Articles ou brèves dans Grands Reportages, GEO, Le Journal du Centre, Bikelive...
- **Limites :**
 - Restrictions liées à la crise sanitaire, incertitude
 - Période électorale



Difficultés à mobiliser les journalistes

Diminution du budget
« accueils de presse »
→ 2 000 € TTC

Assistance de Qui Plus Est
pour l'organisation du
point presse Roc d'Azur

Roc d'Azur

Budget (2021) : 4 500 € TTC

- Du 7 au 10 octobre à Fréjus
- Grand public :
 - Stand sur l'espace Auvergne Rhône-Alpes
 - Annonce de la présence de la GTMC sur Facebook et Instagram (posts sponsorisés à hauteur de 150€)
 - Diffusion des vidéos promotionnelles (Aloha)
- Presse :
 - Point presse le jeudi 7 octobre de 16h à 19h dans la zone de convivialité de l'espace AuRA
 - Rendez-vous individuels de 30 minutes :
 - Echange avec le comité d'itinéraire
 - Témoignage vidéo des Others
 - Buffet de produits du terroir
 - Envoi de l'invitation le 10/09
 - Création d'un stand-parapluie pour habiller l'espace

- N'hésitez pas à relayer l'invitation !
- Le stand-parapluie sera stocké dans les locaux de l'IPAMAC et à la disposition des partenaires.



Autres actions en cours

- Plateforme Outdoor Active :

- Renouvellement de la licence en août (engagement sur 2 ans)
- Consultations janvier/juillet :
 - 39K (17K pour la traversée intégrale)
 - 79% en français, 18% en anglais, 3% en allemand
- Intégration de la GTMC dans les NL d'avril et juillet :
 - Avril : FR/BE/Scandinavie = 170K ouvertures, 1150 clics sur la LP « grands itinéraires »
 - Juillet : FR = 116K ouvertures, 1690 clics LP « itinéraires VTT »
- Intégration dans la campagne estivale :
 - Newsletter : 200K ouvertures, 720 clics LP « GTMC »
 - RS : 41K impressions, 355 interactions, 40 clics

- Rédaction web (Utagawa) :

- 12 articles livrés :
 - TP : Avallon/Autun, St-Flour/St-Chély, Volvic/Murat...
 - Thématiques : gravel, spots photos, sans voiture...
- 2 articles à venir :
 - Langeac/Clermont l'Hérault (scindé en 2 articles)
 - GTMC à VTTAE

Budget : 1 440 € TTC

PARCOURS	1	La Grande Traversée du Massif Central VTT (GTMC)	17 469
	2	Etape 1 GTMC VTT : Avallon - Quarré-les-Tombes	1 954
	3	Etape 38 GTMC VTT : Montagnac / Agde	1 399
	4	Etape 17 GTMC VTT : Laschamps - Murol	1 384
	5	Etape 37 GTMC VTT : Clermont-l'Hérault - Montagnac	1 091
	6	Etape 18 GTMC VTT : Murol - Saint-Alyre-ès-Montagne	950
	7	Etape 28 GTMC VTT : Le Pont-de-Montvert - Sainte-Enimie	903
	8	Etape 3 GTMC VTT : Saulieu - Lac des Settons	836
	9	Etape 22 GTMC VTT : Ruynes-en-Margeride / Domaine du Sauvage	789
	10	Etape 16 GTMC VTT : Volvic / Laschamps	777



Budget (2021) : 1 138 € TTC

D'Étang-sur-Arroux à Ferrand en 4 jours

- **Plaques « établissements recommandés » :**
 - Edition à 200 exemplaires, support plexiglas
 - Prestataire : Jécom
 - Livraison dans chaque ADT en août
- **Réédition du topoguide (tome 1) :**
 - Intégration des profils + actualisation des photos
 - Sondage Instagram pour le choix des photos de couverture
 - Réédition du tome 2 prévue en 2022
- **Cartes bilingues :**
 - Réédition à 25 000 exemplaires
 - Mise à jour des textes, actualisation des photos
 - Matérialisation des villes de départ/arrivée
 - Prestataire : Place Publique
 - Livraison : fin septembre dans les locaux des ADT + IPAMAC
- **Pack France Vélo Tourisme :**
 - Contribution au plan d'actions de promotion

Budget : 1 386 € TTC

Budget : 1 200 € TTC

Budget : 4 000 € TTC

Budget : 3 690 € TTC



Diagnostic de l'intermodalité

Etude confiée à KIPIK – 1er trimestre 2021 – 10 320€



[Accès aux livrables](#)

3 points à retenir de cette étude :

- L'accessibilité est un gros frein à la fréquentation de l'itinéraire
- Transporter son vélo est difficile à organiser pour un néophyte
- Le transport en car est aléatoire et soumis à l'humeur du conducteur

Des pistes pour améliorer l'intermodalité :

- Travailler sur l'accès à l'information : rendre clair ce qui ne l'est pas!
- Travailler sur des solutions sur le terrain : liaison mobilité douce (gpx), liaison spécifique estivale (Avallon – Autun), expérimentation de la solution « point relais » pour le transfert des housses...

Tournage photos & vidéos

Tournages réalisés cet été :

- Avallon – Autun
- Etang-sur-Arroux – Clermont-Ferrand
- Volvic – Murat
- Saint-Flour – Saint-Chély

Objectif : vidéos finalisés pour le Roc d'Azur
(6 octobre)



Tournage photos & vidéos

Tournages prévus semaine prochaine :

- Langeac – Clermont-L'Hérault
- Bagnols-les-Bains - Millau

Attention : Météo annoncé plutôt mauvaise annoncée toute la semaine prochaine sur le Massif central

Faut-il reporter les tournages au début du printemps 2022?



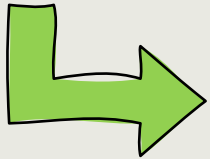
Tournage photos & vidéos

Livrables :

- 11 vidéos
- 825 photos

Deux options pour finaliser la mission :

1. 1 vidéos GTMC globale de 2' de promo de la GTMC dans son ensemble
2. Création de capsules vidéos de promo des 11 TP (vidéos de 15/20')



Surcoût à prévoir **pour option 2**



Hébergements recommandés

- 175 hébergements recommandés
- Affichage résolu sur FVT :  Veille régulière à faire sur vos hébergements 
- Nouvelles plaques hébergeurs 
- A venir : Questionnaire hébergements recommandés 2021
- Et maintenant? D'autres type de prestataires? Création d'un guide hébergeur?

Autres actions promo/com IPAMAC

- Création de goodies publicitaires:

- Mug émaillé :
- Bidon vélo 500mL :

Budget : 305€ TTC

Budget : 690€ TTC

- Affaires courantes :

- Animation page FB
- Boîte mail
- Mise à jour site web
- Coordination renouvellement topo

Propositions d'actions pour 2022

Propositions d'actions CRTs

Budget 2022 : 33 874 € TTC

- **Crédential GTMC :**

- Objectifs :

- Faciliter le partage de son expérience GTMC avec ses proches + en garder une trace, un souvenir
 - Donner envie aux vététistes de revenir sur l'itinéraire pour finir leur traversée et ajouter le « trophée GTMC » à leur collection (diplôme du finisher)
 - Permettre aux vététistes de mesurer leur progression sur l'itinéraire

- Cibles :

- Les sportifs (mesurer/comparer leurs performances)
 - Les épicuriens (avoir un souvenir des rencontres avec les locaux)
 - Les familles (motiver les enfants !)



Un crédential pour tous ?
Déclinaison par cible ?

	Avantages	Idées
Numérique	• Mise en œuvre a priori plus facile (pas de diffusion de doc papier à prévoir, de tampons à créer...) • Partage de l'expérience GTMC facilité • Possibilité de combiner le « crédential » avec des activations sur les réseaux sociaux (jeu-concours photos par ex)	• En lien avec Strava ?
Print	• Plus différenciant dans un monde hyperconnecté, et en lien avec les notions de reconnexion à la nature / slow tourisme que prône la GTMC • Davantage d'implication émotionnelle qu'avec un support numérique, souvenir que l'on garde	• Articulé aux totems ? • Diffusion par les agences de voyages ?

- Salons :

Le programme d'actions 2019-2022 arrivera à échéance fin juin → contacts pris avec 2 événements VTT prévus au 1^{er} semestre 2022

	Vélo Vert Festival	Super Besse Bike Festival
Dates / lieu	3 au 5 juin 2022 Villard-de-Lans (Isère)	Fin juin 2022 (2 jours) Super Besse (Puy-de-Dôme)
Présentation	Événement VTT où de nombreux équipementiers lancent leurs nouveaux produits. 16 épreuves et 16 parcours « tests ». Environ 400 exposants, 9 000 participants et 50 000 visiteurs.	1 ^{ère} édition en 2021. Événement VTT avec une forte coloration VTAE. Courses, randonnées, espace animations. 20 exposants, 500 participants aux randonnées et courses
Tarifs (2021)	920 € TTC le stand de 9 m ²	360 € TTC le stand de 9 m ²
Les +	• Un événement bien connu des vététistes, avec un important plan de communication • Possibilité de négocier un package stand + publireportage dans Vélo Vert Magazine	• Sur les terres de la GTMC → opportunité d'intégrer un tronçon de l'itinéraire dans le programme des courses/randos ? • Des tarifs très abordables

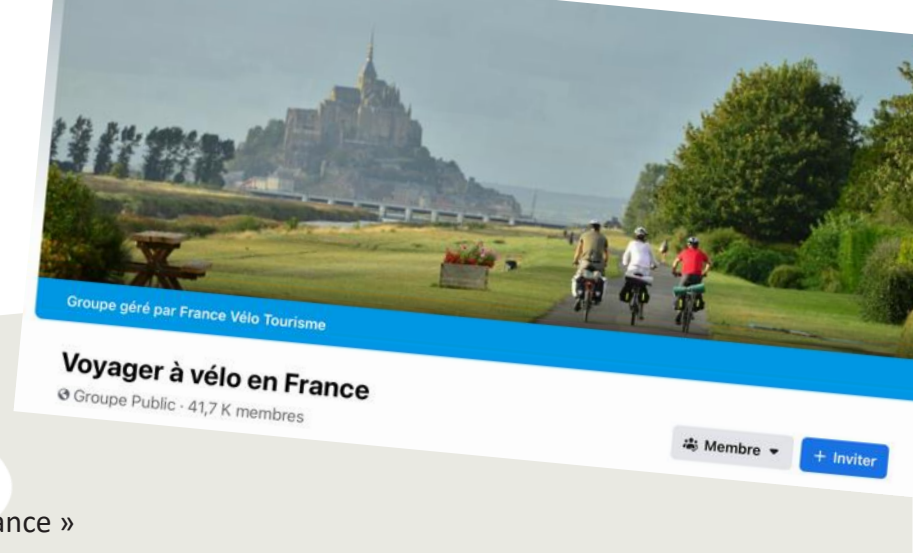


Votre avis ?



- **Autres pistes d'actions :**

- Traduction du dossier de presse vers l'anglais
- Création d'un groupe Facebook « Voyager à VTT en France »
 - Via France Vélo Tourisme ?
 - Via le Réseau des Grandes Traversées (FFC) ?
 - En lien avec les coordinateurs d'autres itinéraires VTT ?
- Enregistrement d'un podcast GTMC ?
 - Dans la continuité de l'article des Others sur la thématique « Audio »
 - Un support adapté pour toucher les jeunes (cibles gravel/bikepacking)
- Campagne de promotion via les réseaux sociaux
 - Acquisition de nouveaux abonnés et/ou conversion
 - En partenariat avec les agences réceptives ?
 - Co-branding d'un jeu-concours
 - Et/ou contribution au budget « achat d'espaces » pour la promotion de leurs offres de séjours
- Commande de plaques « établissements recommandés » supplémentaires



- Réédition du tome 2
- Pack FVT

Valorisation des bornes de recharges VTTAE

Objectifs :

- Faciliter l'organisation de séjour pour les clientèles AE
- Valoriser les équipements existants
- Inciter les collectivités à s'équiper

Mise en œuvre :

- Création d'un [référentiel de données national](#) sur les équipements par Vélo & Territoires, puis intégration des POI sur France Vélo Tourisme

Calendrier :

- 1^{er} semestre 2022

Budget : ingénierie



Guide pratique « Je Prépare ma GTMC »

- **Objectif :**

- Faciliter l'organisation de séjour pour les néo-itinérants
- Valoriser les hébergements recommandés

- **Mise en œuvre :**

- Création d'un groupe de travail pour travailler sur le contenu, la validation du cahier des charges, le recrutement du prestataire.

- **Calendrier :**

- Lancement de la consultation avant la fin d'année
- Livrables au plus tard le 15 avril

Budget : 3 000€



Des
volontaires ?

Réflexion post-2022

Rappel des objectifs stratégiques 2019 - 2022

- Accentuer l'image d'un **itinéraire intégralement accessible en VTAE**,
- Mieux **valoriser les richesses naturelles et patrimoniales du Massif central** pour amplifier les avantages concurrentiels,
- Adapter les **tronçons-produits** ou en créer de nouveaux davantage adaptés aux attentes du **plus grand nombre de clientèles de l'itinérance à vélo**,
- **Promouvoir cette nouvelle offre** et susciter l'intérêt directement auprès de ces clientèles par des opérations ciblées,
- **Limiter les freins à la création de séjours** de ces clientèles en satisfaisant davantage leurs attentes et besoins de services spécifiques,
- **Evaluer quantitativement les retombées directes** de la fréquentation et analyser qualitativement ses caractéristiques,
- **Pérenniser la gouvernance** au-delà des 3 années du prochain projet.

Rappel des objectifs stratégiques 2019 - 2022

En 2019, nos prévisions pour 2022

Un itinéraire mythique de près de 1400 km, référence française du voyage à VTT au long cours :

- ✓ segmenté en une dizaine de tronçons-produit de 2 à 7 jours,
- ✓ adaptés à des clientèles différentes (en famille, entre amis, en couple, en tribu, etc.),
- ✓ accessible pour différents types de pratiquants (VTT, VTAE, gravel bike, vélo de voyage, etc.),
- ✗ accueillant environ 10 000 itinérants par an,
- ✓ majoritairement français mais aussi européens (belges, suisses, allemands, etc.),
- ? générant près de 1,5 millions d'euros de retombées économiques directes,
- ✓ et une multitude de retombées indirectes à l'échelle du Massif (notoriété, image, attractivité, coordination des acteurs, retours d'expériences, etc.),

Quels objectifs ? Quelles thématiques ?

Impliquer l'échelon local et/ou les acteurs privés

Irriguer les territoires traversés par la GTMC

Toucher de nouveaux publics

Renforcer l'image de marque de la GTMC

Boucles interconnectées

Variantes gravel

Événementiel

Co-branding

Tronçons PMR



A vos idées !

Quelle forme d'organisation ? Quelle structure porteuse ?

	Comité d'itinéraire		Dossier promo/marketing		Gouvernance
	<i>Chef de file</i>	<i>Financeurs</i>	<i>Chef de file</i>	<i>Financeurs</i>	
2017-2019	IPAMAC	IPAMAC Départements FEDER	CRT Auvergne Rhône-Alpes	CRT FEDER	Comité d'itinéraire
2020-2022	IPAMAC		CRTL Occitanie		
			Et après ?		

- **IPAMAC** : AG le 31/08  Validation de la poursuite du portage du Com. Iti.
- **CRTL Occitanie** :
 - Concertation engagée pour (re)définir la stratégie régionale de l'Occitanie en faveur du tourisme à vélo  Restitution des premières pistes stratégiques et opérationnelles le 25/10
 - Projet de contrat de destination thématique « Massif Central – Grandes Itinérances & APN »