

PROGRAMME D'ACTIONS 2008



Stratégie d'actions 2008



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Axes stratégiques prioritaires

- International en lien avec liaisons aériennes
- France & Régional en lien avec positionnement WE et courts séjours et thématiques



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché International

Conduite d'une stratégie d'actions sur :
Irlande
Grande Bretagne
Pays Bas
Canada



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché International - Irlande / GB

- Comité aérien, partenariat aéroport / OTNM / SEM / CDT
- Partenariat avec Maison de la France :
 - Irlande : Tour de France
 - GB / Irlande : Média Tour



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché International - Pays Bas / Canada

- Pays Bas : accueil presse et accueil délégation ANWB en lien avec l'ouverture de la ligne Nantes – Amsterdam
- Canada : opération workshop Agents de Voyages en lien avec la ligne Air Transat en partenariat avec les CDTs du Grand Ouest



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché France

- Positionnement WE & courts séjours selon 2 axes d'interventions :
 - Loire-Atlantique Réservations,
 - Portail 44
- Positionnement thématique :
 - Jeunes Aventuriers,
 - Randonnées,
 - Tourisme & Handicap



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché France Thématique : W.E & Courts-séjours

Un « PUSH » multi supports orienté autour de :

- Participation salons
 - Salon Envie de Partir (février)
 - Idées WE Tours (mars)
 - D'ici et d'ailleurs (avril sous réserve)
 - Voir conditions de participation salons
 - Démarche Promométris à poursuivre
- Démarchage AV
- Jeu radio
- Accueils presse thématiques (Entre Filles, En famille...) & insertions presse



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché France / Portail 44

- Mission d'assistance conduite par Mazars
- Les pistes de travail
- Le calendrier : Choix des SSII : 25 janvier 2008



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché Régional Thématique : Jeunes Aventuriers

- Réseau stabilisé en 2008 avec renouvellement des jeux dans certains sites
- Réalisation d'un document d'appel édité à 60.000 ex
- Diffusion prioritaire du doc « appel » auprès des Hébergeurs, OTSI
- Partenariat privilégié autour des Rencontres Pros
- Participation au salon Planète Parents (en lien avec le Conseil Général)



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché Régional Thématique : Randonnée

- Edition de fiches randonnées
 - Partenariat privilégié avec Décathlon Nantes et Rennes
 - ☞ 2 opérations cibles : Btwin D (avril) et La Belle Rando (mai)
 - ☞ Mode opératoire (à confirmer) :
 - Présence en magasin les Mercredi et Samedi à J-8 ☞ espace partenaire
 - Présence sur les opérations ☞ participation CDT
 - Jeu concours « 2 en 1 » ☞ grattage et tirage
 - E.Mailing auprès des abonnés Décathlon
- ⇒ voir conditions de partenariat



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Marché France & Régional Thématique : Tourisme et Handicap

- Développement du réseau des labellisés par le biais du réseau des évaluateurs
 - Mise en marché renforcée en 2008 axée autour de :
 - Participation au Forum Vivre Ensemble (Nantes – Mars), salon Autonomic (Paris - Juin)
 - Actions Presse : Portes Ouvertes, opération Maison de la Bretagne, communiqués de presse
 - Mailings ciblés (handicaps Moteur et Mental)
 - Net linking avec sites spécialisés (Handica.com, Forum Vivre ensemble)
- ⇒ voir conditions de partenariat



PROMOTION – COMMERCIALISATION 2008



Opération Les Rencontres Pro

- Une date à retenir : Jeudi 13 mars
- Une plénière le matin et 2 ateliers de travail l'après-midi
- Un espace Rencontres / Echanges de documentation toute la journée
- Un lieu à trouver !

⇒ voir conditions de partenariat

