



Festival des Tragos 2021

Digital Media Kit

Utilisez la notoriété du 44^{ème} Festival des Tragos pour promouvoir votre activité !



Ce document vous détaille les espaces publicitaires que vous propose le Festival des Tragos, événement culturel estival désormais incontournable de la côte Varoise, sur deux supports :

- Le **programme papier du Festival**, distribué à **10.000** exemplaires dans un périmètre de 10 km autour de la Ferme de Pardigon, lieu du Festival ;
- Le **site internet du Festival** (<https://tragos.fr>), dont les vues sont boostées par une campagne de marketing digital dans un périmètre de 30 km autour de Cavalaire : en 2020, cette campagne a conduit à environ 3 millions d'impressions sur Google Ads, et plus de 700.000 sur Facebook et Instagram, qui ont généré la visite, sur le site des Tragos, de plus de **28.000** nouveaux visiteurs.

Nous vous détaillons ici les éléments techniques de cette campagne, ainsi que nos **tarifs** de sponsorship.

En 2020, après deux mois de confinement, d'isolement et de manque de culture, la 43e édition du Festival des Tragos a tenu bon ! Derrière nos masques, 2 mois d'émotions, d'éclats de rire, de découvertes et de plaisir ! Le festival des Tragos, fondé par la Compagnie du même nom, est en effet un événement rituel et incontournable de la côte Varoise depuis 43 ans.



Il a vu passer de nombreuses célébrités :

- **Romain Bouteille** (2002, 2003, 2010)
- **Les Bodin's** (2003)
- **Richard Bohringer** (2010, 2011, 2012)
- **Bruno Fontaine** (Elias de Kelliwic'h, Grand Enchanteur du Nord, Meneur des Loups de Calédonie...etc, Kaameelot)
- **Vincent Roca** (Prix Raymond Devos 2011, chroniqueur pendant 11 ans sur France-Inter, "Le fou du roi »)
- **Frédéric Blin** (Estève, le neveu de Raymond & Huguette dans "Scènes de Ménage ») etc.

... qui viennent profiter de l'été et de leurs vacances pour retrouver le contact avec un public de connaisseurs. Il n'est pas rare d'assister à de véritables perles totalement inédites et qui se font ensuite un succès international.

En 2020, à cause des incertitudes liées aux contraintes sanitaires, la tenue du festival n'a été confirmée que tardivement. Nous n'avions pas le temps de faire nos campagnes de pub habituelles, par voie d'affiche ou de distribution de programmes.



De façon à garder facilement le lien avec la communauté qui l'a créé, le Festival des Tragos est passé au digital :

- **Inscription** des compagnies en ligne ;
- **Newsletter** mensuelle aux abonnés ;
- Refonte du **site internet** (<https://tragos.fr>) ;
- **Publicité des partenaires et sponsors** directement sur le **site** ;

- **Campagne de marketing digital** : sur Facebook, Instagram et Google Ads, les internautes voient une publicité du Festival des Tragos, en cliquant dessus, ils sont dirigés vers le site du Festival pour y réserver leurs billets, et voient les logos de nos sponsors. Ils peuvent cliquer sur le logo du sponsor de leur choix pour être redirigés directement vers le site du sponsor.

Contrairement aux programmes papiers où les logos n'apparaissent qu'en statique, en 4^e de couverture, les icônes des sponsors sur le site des Tragos sont des **hyperliens** qui redirigent vers la page choisie par le sponsor (site internet ou page Facebook).

La **campagne de marketing digital** a révélé l'ampleur de notre communauté : sur la période du **25 juin au 5 septembre 2020**, le site des Tragos a reçu près de **28.000 visites** !

Et ces visites sont « de qualité », avec :

- **180 à 780 visiteurs/jour** sous l'effet de la campagne, contre 5 à 20 hors campagne/saison ;
- Un **taux de rebond faible** de 63%, montrant que les visiteurs de la page ne viennent pas par erreur, et qu'ils y passent du temps (session moyenne de 1'12") ;
- Un **taux élevé de nouveaux visiteurs** (81,6%).



Ces chiffres traduisent la notoriété digitale de la page web du Festival des Tragos : c'est cette notoriété à laquelle nous vous proposons de vous associer !

Nous allons reconduire cette année une campagne de marketing digital sur Google Adwords, Facebook et Instagram, dans le but de booster le nombre de visites du site des Tragos, et donc du nombre de vues des logos de nos sponsors, en plus du programme papier distribué à Cavalaire et ses environs, et à l'entrée des spectacles à Pardigon, sur lequel nous maintiendrons la page des sponsors.

Le coin des « geeks » !

Cette notoriété est acquise grâce à une campagne active sur Google Adwords (sous forme de pop-ups ou de bannières), et de bannières sur Facebook et Instagram.

La figure ci-dessous montre l'impact très marqué de la campagne digitale, qui a débuté le 25 juin pour se terminer le 5 septembre :



Le rapport **Google Adwords** sur la période 25/06 – 05/09 : elle montre un total de **2,9 millions d'impressions**, avec un CTR (Click Through Rate) de 0,8%, ce qui est très honorable pour un événement local comme le Festival des Tragos.

Click Through Rate & Impressions

by Clicks, CTR, and Impressions

Clics

22,2 k

↑ N/A

CTR

0,8 %

↑ N/A

Impressions

2,9 M

↑ N/A

Conversion Rate & Cost

by Conversions Rate and Cost / Conv.

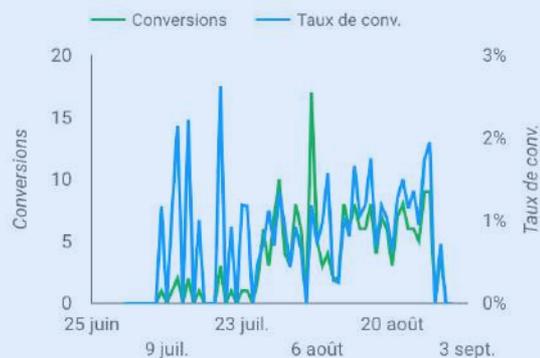
Taux de conversion des clics conversions

0,9 %

↑ N/A

211,0

↑ N/A



Le profilage des personnes ayant cliqué sur les impressions proposées fait apparaître une **population féminine à près de 60%**, et une tranche d'âge majoritaire sur Google Ads comprise entre **25 et 44 ans**.



Sur Facebook et Instagram, sur la même période, la campagne montre environ 10.000 impressions par jour, soient un total de **700.000 impressions**, avec un **CTR de l'ordre de 1,1%**.

Rapports de contenu Tragos (580238279324335)

Rechercher et filtrer

Vue d'ensemble des contenus publicitaires Impressions

Total Impressions



Distribution de Impressions



Entreprise/Commerce :

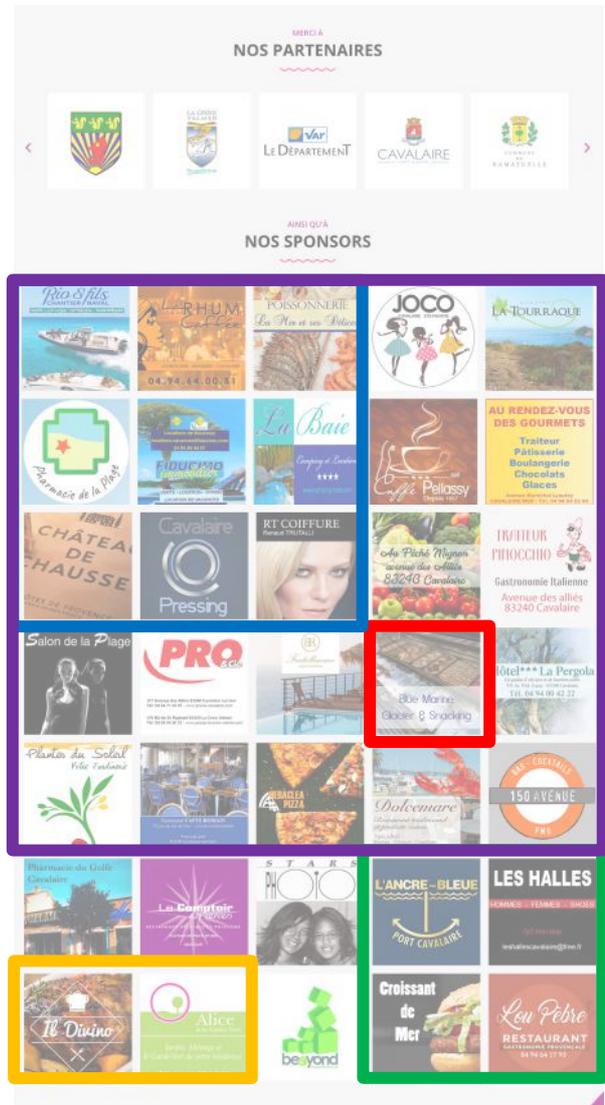
M. ou Mme : Téléphone :

E-mail : Compte Facebook URL :

Je souhaite louer un encart publicitaire sur le site internet des Tragos pour la période du 25/06/21 au 05/09/21, dans le cadre de la campagne de marketing digitale qui sera menée par les Tragos sur Google Adwords, Facebook et Instagram, sur la base d'un effort de promotion semblable à l'effort de 2020 :

- Encart simple (rouge) : 150 €
- Encart double (orange) : 270 €
- Encart quadruple (vert) : 430 €
- Encart nonuple (bleu) : 990 €
- Encart maximum (violet) : 1500 €

Mon encart publicitaire apparaîtra également sur la page sponsor de la version papier du programme, distribuée à 10.000 exemplaires dans la ville de Cavalaire et ses environs, ainsi qu'à l'entrée des spectacles à la Ferme de Pardigon.



Paiement le

- Espèces
- Chèque à l'ordre du Festival des Tragos

Banque N°

A déposer le

Visuel :

- Identique à 2020
- Nouveau visuel envoyé à festival@tragos.fr AVANT LE 15 JUIN 2021



Festival des Tragos 2021

ACCORD DE MÉCÉNAT

Raison sociale

Adresse

SIRET

Représentant légal

Je souhaite m'associer à l'association Festival des Tragos pour le développement culturel local, sous la forme d'un don en mécénat.

Un reçu fiscal sera délivré à l'entreprise, donnant droit à une réduction d'impôt de 60 % du montant du don. Selon la loi sur le mécénat, le bénéficiaire peut apporter jusqu'à 25 % de contreparties à l'entreprise mécène. L'Association propose d'offrir à ses donateurs un encart publicitaire dans son programme avec la mention « Partenaire du Festival des Tragos ».

Montant du don :

- 500 € (Réduction d'impôt : 300 € + 1 encart simple = don réel : 50 €)
- 1000 € (Réduction d'impôt : 600 € + 1 encart double = don réel : 130 €)
- 1500 € (Réduction d'impôt : 900 € + 1 encart quadruple = don réel : 170 €)
- 2990 € (Réduction d'impôt : 1800 € + 1 encart nonuple = don réel : 200 €)
- Autre montant : (Réduction d'impôt de 60% + Contrepartie à définir)

Paiement le

- Espèces Virement (demandez le RIB par mail)
- Chèque à l'ordre du Festival des Tragos

Banque N°

Visuel :

- Identique à 2020
- Nouveau visuel envoyé à festival@tragos.fr **AVANT LE 15 JUIN 2021**

Observations (autre contrepartie souhaitée à la place d'un encart publicitaire ou en sus, selon le montant du don : invitations ou autre...)

.....
.....
.....
.....