



# Campagne multi-canal

# Office de Tourisme Cap d'Agde

# Méditerranée

Août – octobre 2025

# CAMPAGNE MULTI-CANAL d'août à octobre

## • 4 leviers de diffusion TV :

- **Programmatique vidéo** : ce levier permet de scénariser la destination et d'assurer une présence sur les sites web de média à forte audience (le Monde, Figaro, aufeminin.com...) correspondant à nos cibles tout en générant du trafic vers vos offres de fin d'été et d'automne.

**Format d'affichage :**

**Bannières en display sous forme de vidéos de 30". 3 vidéos diffusées (familles, jeunes et couples).**

**Modèle économique : CPC**



# CAMPAGNE MULTI-CANAL d'août à octobre

➤ **TV segmentée et IPTV (Internet Protocole Television)** : la TV segmentée est diffusée sur les écrans des téléspectateurs utilisant une box internet. Elle permet d'adresser des contenus publicitaires ciblés selon les profils des internautes.

- **Format d'affichage : spot TV de 2 vidéos de 30"** (cible familles et couples).
- **Diffusion : France TV, TF1, M6, Canal +...**
- **Modèle économique : CPM**



# CAMPAGNE MULTI-CANAL d'août à octobre



- **Réseaux sociaux:** diffusion des 3 vidéos via 12 campagnes sur les réseaux Méta (Facebook, Instagram, réseaux network...) du 1<sup>er</sup> août au 28 septembre.
  - **Objectifs :** booster la fréquentation estivale et l'automne.  
**Cibles:** familles et couples.
  - **Marchés :** France, Allemagne, Grande Bretagne, Scandinavie, Pays-Bas, Belgique, Espagne.
  - **Modèle économique :** CPC et CPM (Espagne)
- 
- **E-news :** sollicitation des bases de données d'Hérault Tourisme et fichiers externe France et Bassin de vie (plus de 500 000 destinataires).

# Bilan général :

|                        | Impressions | Vues    | Clics  | CPM     | CPV     | CPC    |
|------------------------|-------------|---------|--------|---------|---------|--------|
| Programmatique vidéo   | 662 855     | 291 372 | 2 068  | 3,62 €  | 0,008 € | 1,16 € |
| IPTV – TV Segmentée    | 100 213     | 98 475  |        | 25,94 € | 0,03 €  |        |
| E-news                 | 557 273     | 96 840  | 7 059  | 2,15 €  | 0,01 €  | 0,17 € |
| Campagnes sponsorisées | 211 664     | 17 012  | 17 206 | 7 €     | 0,09 €  | 0,08 € |
| TOTAL GENERAL          | 1 532 005   | 503 699 | 26 333 | 5,42 €  | 0,02 €  | 0,32 € |

L'objectif du dispositif 2025 était de générer du clic sur les offres de séjour : plus de 26 300 clics générés (coût au clic de 0,32 € vs 0,63 en 2024).

# PROGRAMMATIQUE VIDEO

Août – octobre 2025

# Programmatique vidéo :

|                                 | Impressions    | Vues à 100%    | Clics        | CPM           | CPV            | CPC           |
|---------------------------------|----------------|----------------|--------------|---------------|----------------|---------------|
| Vidéo famille<br>(4/08 – 22/08) | 258 272        | 113 872        | 745          | 2,60 €        | 0,002 €        | 0,90 €        |
| Vidéo jeunes<br>(23/08 – 19/09) | 169 157        | 72 242         | 337          | 3,75 €        | 0,008 €        | 1,88 €        |
| Vidéo couples<br>(10/09 – 1/10) | 235 426        | 105 258        | 986          | 4,65 €        | 0,01 €         | 1,11 €        |
| <b>Programmatique<br/>vidéo</b> | <b>662 855</b> | <b>291 372</b> | <b>2 068</b> | <b>3,62 €</b> | <b>0,008 €</b> | <b>1,16 €</b> |



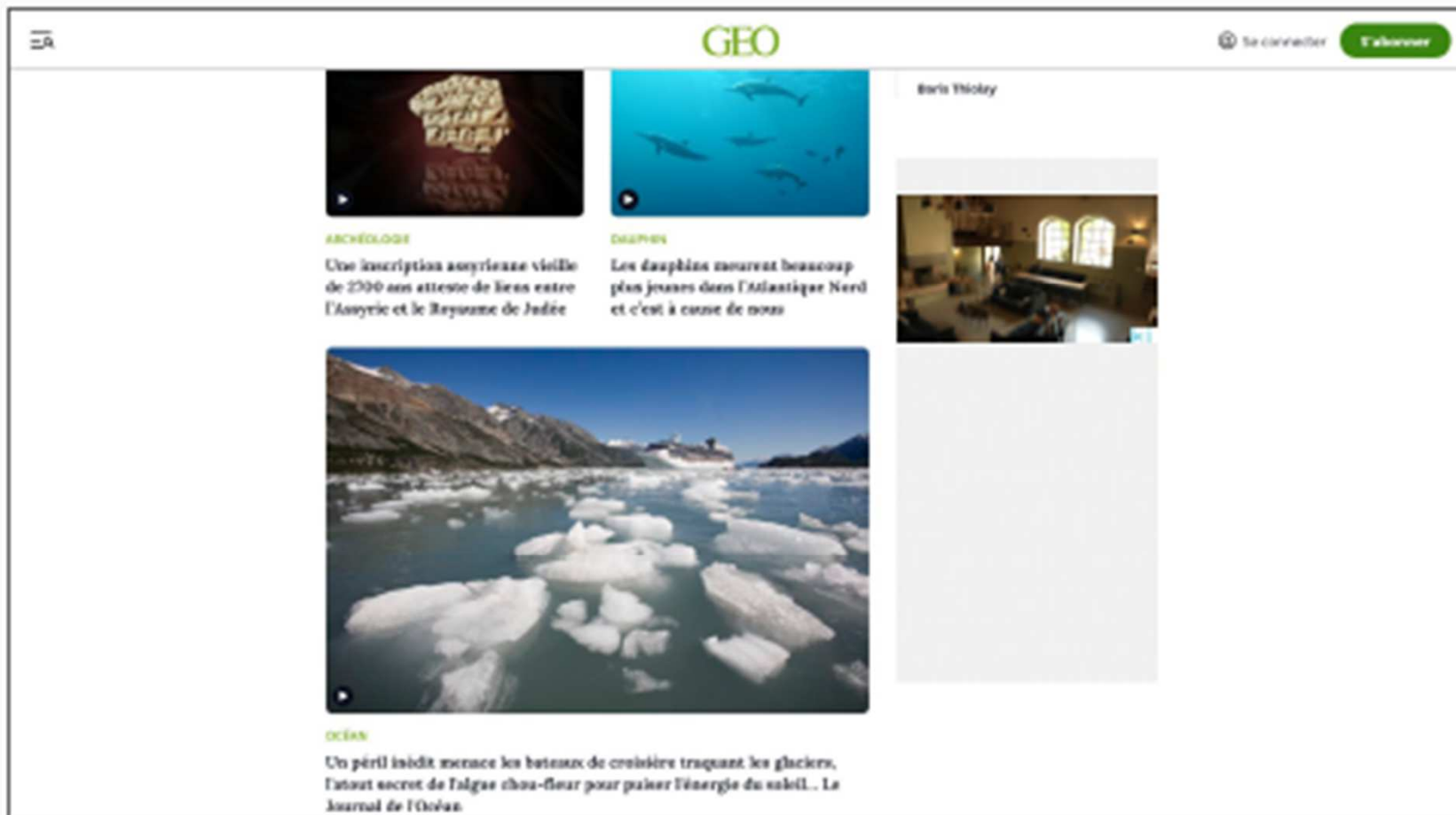
# Programmatisation vidéo :

- **Données riches d'enseignements quant aux appétences des clientèles :**
  - **La cible famille est la plus réactive aussi bien en volume qu'en interactions**, avec des coûts plus avantageux : 0,90 € (coût au clic), une complétion de la vidéo vue supérieure aux 2 autres cibles, un CPM à 2,60 vs 3,62 € en moyenne, idem pour les coûts de vidéos vues à 100% (0,002 €).
  - **Même si les coûts sont légèrement plus élevés, les résultats de la campagne « couple fin d'été début d'automne » sont excellents** et sont riches d'enseignements positifs de part le pouvoir d'achat de ces clientèles et pour valoriser l'automne.
  - **Les résultats de la campagne « jeune couple » restent intéressants mais bien en-dessous des 2 autres profils**, on reste malgré tout dans la moyenne des coûts, mais à réévaluer en les adaptant à des thématiques (valoriser les activités loisirs nature funs et insolites, l'art de vivre festif...).
- **Comparaison avec les campagnes réalisées au printemps et fin d'été 2024 :**
  - **CPC : 1,16 €** vs 1,53 € en 2024
  - **CPM : 3,62 €** vs 5,88 € en 2024
  - **CPV : 0,008 €** vs 0,01 en 2024



# Programmatisation vidéo :

Plus de 300 sites ont relayé le dispositif :



# Programmatisation vidéo :

Les sites qui ont relayé les meilleures performances :

| Top site                                               | Impressions | Clics | CTR   |
|--------------------------------------------------------|-------------|-------|-------|
| <a href="http://voici.fr">voici.fr</a>                 | 64787       | 297   | 0,46% |
| <a href="http://femmeactuelle.fr">femmeactuelle.fr</a> | 32600       | 152   | 0,47% |
| <a href="http://ouest-france.fr">ouest-france.fr</a>   | 32033       | 79    | 0,25% |
| <a href="http://geo.fr">geo.fr</a>                     | 28965       | 172   | 0,59% |
| <a href="http://bfmtv.com">bfmtv.com</a>               | 27666       | 77    | 0,28% |
| <a href="http://fr.yahoo.com">fr.yahoo.com</a>         | 20340       | 31    | 0,15% |

CTR : indicateur de performance (nombre de clics / volume d'impressions). Plus un CTR est élevé, plus les résultats sont positifs.

# IPTV – TV SEGMENTEE

Août – octobre 2025

# IPTV – TV Segmentée :

- Mise en avant de 2 vidéos (famille et couples), de début août à début octobre sur les dispositifs télévisuels « box et replay » des audiences de chaînes TV françaises.
- L'objectif n'est pas de générer de l'interaction mais de favoriser de la visibilité (pub TV via internet).
- Renvoi vers les offres et bons plans de l'été et automne proposés par Cap d'Agde Méditerranée



## IPTV – TV Segmentée :

|                             | Impressions    | CPM            |
|-----------------------------|----------------|----------------|
| Vidéo famille (4/08 – 4/09) | 50 107         | 25,94 €        |
| Vidéo jeunes (5/09 – 1/10)  | 50 106         | 25,94 €        |
| <b>IPTV – TV Segmentée</b>  | <b>100 213</b> | <b>25,94 €</b> |

- L'IPTV et la TV segmentée sont dédiées exclusivement à de la visibilité.
- Plus de 100 000 personnes ont été exposées à la marque « Cap d'Agde Méditerranée » : 90%
- Même si les résultats restent positifs en termes de visibilité, quelques points de déception :
  - Pour optimiser les coûts de diffusion, les éditeurs ont pris le parti d'équilibrer les coûts de diffusion par type de vidéo plutôt que de laisser les campagnes se dérouler. De fait, pas d'analyses quant aux profils des clientèles.
  - Les coûts des campagnes 2025 (25,94 € / CPM) sont plus élevées que les campagnes réalisées en 2024 (22,68 €).

# IPTV – TV Segmentée :

| CIBLAGE FAMILLE – ORIGINE DES IMPRESSIONS | Impressions | %     |
|-------------------------------------------|-------------|-------|
| Ile-De-France                             | 8 589       | 17,3% |
| Auvergne-Rhône-Alpes                      | 6 552       | 13,2% |
| Hauts-De-France                           | 5 019       | 10,1% |
| Nouvelle-Aquitaine                        | 4 202       | 8,5%  |
| Occitanie                                 | 4 312       | 8,7%  |
| Pays de la Loire                          | 3 928       | 7,9%  |
| Provence-Alpes-Côte-D'azur                | 3 906       | 7,9%  |
| Grand-Est                                 | 3 260       | 6,6%  |
| Bretagne                                  | 2 975       | 6%    |
| Bourgogne-Franche-Comté                   | 2 329       | 4,7%  |
| Normandie                                 | 2 275       | 4,6%  |
| Centre-Val De Loire                       | 2 039       | 4,1%  |
| Corse                                     | 172         | 0,3%  |

## IPTV – TV Segmentée :

| CIBLAGE COUPLE – ORIGINE DES IMPRESSIONS | Impressions | %     |
|------------------------------------------|-------------|-------|
| Ile-De-France                            | 5 793       | 11,8% |
| Auvergne-Rhône-Alpes                     | 5 571       | 11,4% |
| Nouvelle-Aquitaine                       | 5 487       | 11,2% |
| Occitanie                                | 5 248       | 10,7% |
| Provence-Alpes-Côte-D'azur               | 4 769       | 9,7%  |
| Hauts-De-France                          | 4 519       | 9,2%  |
| Pays de la Loire                         | 3 568       | 7,3%  |
| Grand-Est                                | 3 233       | 6,6%  |
| Bretagne                                 | 3 027       | 6,2%  |
| Normandie                                | 2 779       | 5,7%  |
| Bourgogne-Franche-Comté                  | 2 614       | 5,3%  |
| Centre-Val De Loire                      | 2 225       | 4,5%  |
| Corse                                    | 248         | 0,5%  |



## IPTV – TV Segmentée :

| ORIGINE DES IMPRESSIONS    | Impressions | %     |
|----------------------------|-------------|-------|
| Ile-De-France              | 14 382      | 14,6% |
| Auvergne-Rhône-Alpes       | 12 123      | 12,3% |
| Nouvelle-Aquitaine         | 9 689       | 9,8%  |
| Occitanie                  | 9 560       | 9,7%  |
| Hauts-De-France            | 9 538       | 9,7%  |
| Provence-Alpes-Côte-D'azur | 8 675       | 8,8%  |
| Pays de la Loire           | 7 496       | 7,6%  |
| Grand-Est                  | 6 493       | 6,6%  |
| Bretagne                   | 6 002       | 6,1%  |
| Normandie                  | 5 054       | 5,1%  |
| Bourgogne-Franche-Comté    | 4 943       | 5%    |
| Centre-Val De Loire        | 4 264       | 4,3%  |
| Corse                      | 420         | 0,4%  |



CAP D'AGDE  
MÉDITERRANÉE  
TOURISME

---

# E-NEWS - GRC

# E-News Cap d'Agde Méditerranée :

Newsletter Cap d'Agde Méditerranée BDV – 120825

Cap d'Agde Méditerranée, sensationnel en toutes saisons !

| Prospects                             | TOTAL           |
|---------------------------------------|-----------------|
| Nombre de destinataires               | 22 063          |
| Nombre d'ouvertures cumulées/ uniques | 20 775 / 11 451 |
| Taux d'ouvertures cumulées / uniques  | 94,2% / 51,9%   |
| Nombre de clics cumulés / uniques     | 2 023 / 1 113   |
| Taux de réactivité cumulés / uniques  | 9,7% / 9,7%     |
| Taux de clics                         | 9,2%            |

Les résultats de cette news dédiée à notre fichier Bassin de Vie sont satisfaisants : près de 20 800 ouvertures cumulées (94,2%) et plus de 2 000 clics cumulés (9,7%). A noter la performance du contenu dédié au festival « La reconstitution historique de Pézenas » (421 clics) et de la vidéo en tétière (222 clics) et à l'inverse des autres news une certaine hétérogénéité dans la répartition des clics selon les contenus.

222



CAP D'AGDE MEDITERRANEE

Sensationnel en toutes saisons !  
Avec ses 24km de plages de sable fin et des paysages de vignettes à perte de vue, Cap d'Agde Méditerranée est un lieu d'écapades et de découvertes. Traversée par le canal du Midi et ponctuée de petits villages vigneronniers authentiques, son patrimoine vous offre quelques pépites.  
Vous rencontrez des artisans d'art passionnés et la promesse de belles vacances.  
Avec, cerise sur le gâteau, une palette d'activités de loisirs pour compléter le tout : sports nautiques, randonnées, circuits VTT sur 800km de sentiers balisés et bien d'autres.  
Tout est là !

82

Cap d'Agde Méditerranée



78

Le bleu de vos rêves !  
Une plongée sous-marine, paddle, kite surf, bouée tractée, voile et bien d'autres, un goûte aux joies de la mer avec en prime un beau ciel bleu.

En savoir plus

21

Vue impressionnante



156

Par ici les bons plans  
Sur des vacances à prix réduit, en famille ou en duo, choisissez votre bon plan, print doux et réservez à temps.

En savoir plus

123... de vacances !

57



100

Escapades d'été  
J'ai bien fini pas de jouer les prolongations : soleil, activités tout au long de l'année comme les balades ou le vélo, l'aérobic, les parcs de loisirs ou plus encore des escapades et découvertes vigneronnières ou nature.

En savoir plus

18

Coureur de vivre

87



A chacun son aventure !  
Carnet de mer, en à la fois. Entre massages et spa, entre games et travail, mystery games ou balades contées. Laissez-vous inspirer, on vous offre le tout !

En savoir plus

29

Les meilleures aventures en bord de mer



421

Pézenas, au cœur de l'histoire  
A ne pas manquer du 12 au 14 septembre, la reconstitution historique de Pézenas. Filmez dans les rues médiévales, découvrez d'art et d'antiquaires, visites guidées, reconstitution historique.

En savoir plus

57

Découvrez un lieu magique



180

Saveurs gourmandes  
Le poisson et coquillages fraîchement sortis de l'eau à la tapenade et au miel local, retrouvez des couleurs et saveurs sur nos marchés hauts en couleur et dans les boutiques de nos producteurs.

En savoir plus

126

Les marchés de saison



560

Gagnez une croisière repas sur le canal du Midi  
Une croisière repas de 8 heures pour 2 personnes sur le canal du Midi.

Trouvez votre chateau

51

ENQUÊTE  
JEU CONCOURS  
Racontez-nous votre séjour dans l'Hérault !

Racontez-nous votre dernier séjour ou visite dans l'Hérault !

Prenez quelques minutes pour répondre à ce questionnaire, et tentez de gagner un séjour dans l'Hérault.

Je réponds au questionnaire

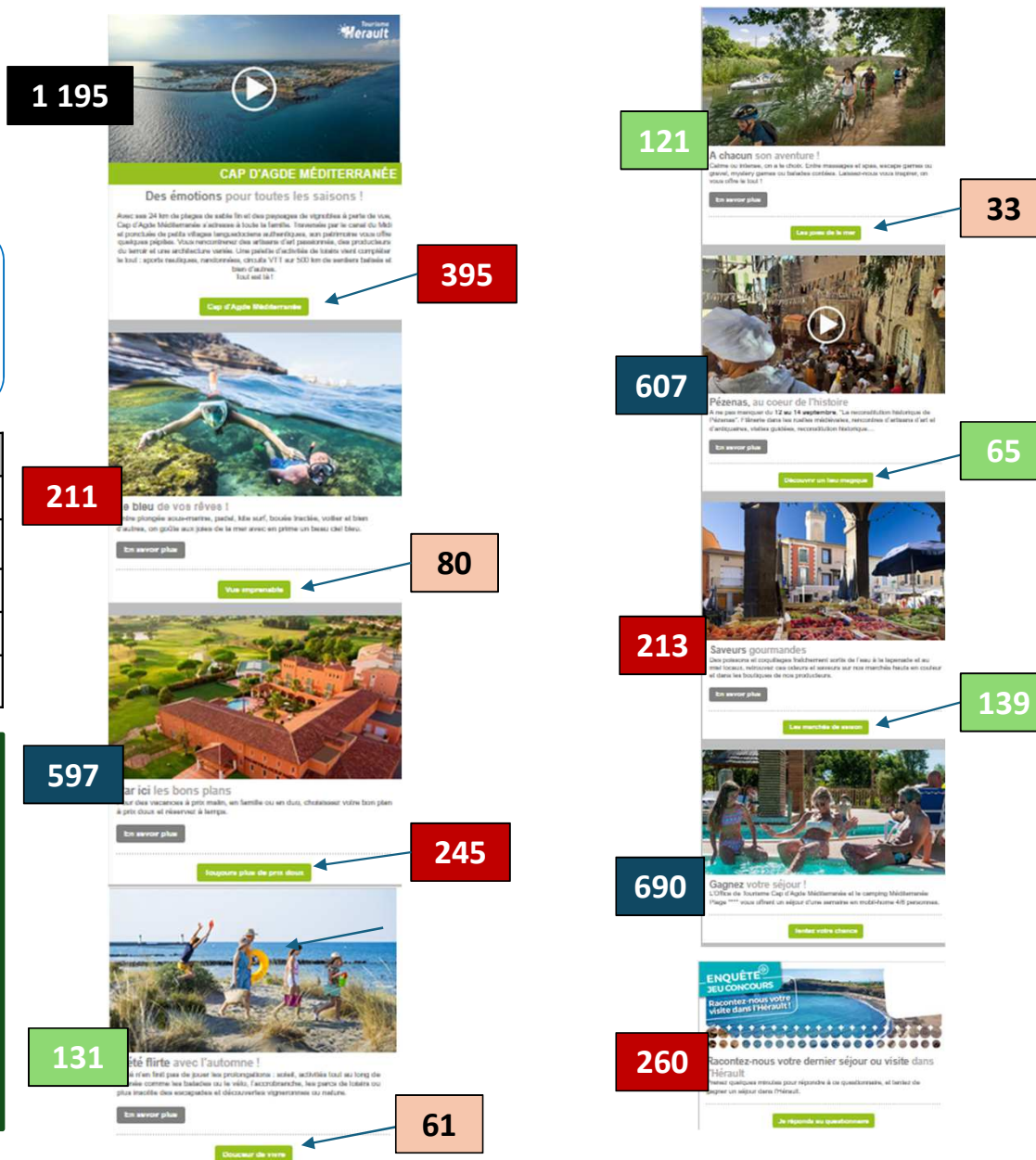
# E-News Cap d'Agde Méditerranée :

**Newsletter Cap d'Agde Méditerranée France - 070825**  
Cap d'Agde Méditerranée – Des émotions pour toutes les saisons

| Prospects                             | TOTAL           |
|---------------------------------------|-----------------|
| Nombre de destinataires               | 535 210         |
| Nombre d'ouvertures cumulées/ uniques | 76 065 / 65 477 |
| Taux d'ouvertures cumulées / uniques  | 14,2% / 12,2%   |
| Nombre de clics cumulés / uniques     | 5 036 / 4 222   |
| Taux de réactivité cumulés / uniques  | 6,6% / 6,4%     |

Plus de 535 000 destinataires pour cette news estivale adressée à un fichier externe et notre fichier France. Les résultats sont satisfaisants tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif: plus de 76 000 ouvertures et 5 000 clics générés.

Excellente performance de la vidéo en tête (1 195 clics) et des contenus « Pézenas au cœur de l'Histoire (607 clics) et « Par ici les bons plans (597 clics).



# E-News Cap d'Agde Méditerranée :

News France  
Destinataires  
Ouvertures  
Clics

7 août  
535 210  
76 065 (14,2%)  
5 036 (6,6%)

News BDV  
Destinataires  
Ouvertures  
Clics

12 août  
22 063  
20 775 (94,2%)  
2 023 (9,7%)

TOTAL Campagne GRC  
Destinataires  
Ouvertures  
Clics

557 273  
96 840 (17,3%)  
7 059 (7,3%)



CAP D'AGDE  
MÉDITERRANÉE  
TOURISME

# CAMPAGNES SPONSORISEES

Août – octobre 2025

# Réseaux sociaux: 12 campagnes sponsorisées (France et Europe)

| Campagnes                                              | Objectifs                     | Ciblage de clientèle                                                                                                                                                                                                                                                   |                   | Résultats des campagnes |                                    |                                |               |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------|------------------------------------|--------------------------------|---------------|
|                                                        |                               | Zone Géographique                                                                                                                                                                                                                                                      | Audience approx.  | Personnes touchées      | Nb de clics sur le lien bons plans | Vues de vidéos (à 10 secondes) | Coût au clic  |
| Campagne 1<br>(vidéo famille 10-24/08)                 | Trafic vers offres bons plans | Sur le marché <b>francophone</b> , les zones aéroportuaires proches de <b>Paris</b> , de <b>Lyon</b> , de <b>Nantes</b> , de <b>Bâle-Mulhouse</b> , de <b>Rennes</b> , plus <b>Lille</b> . la <b>Wallonie</b> , la <b>Suisse francophone</b> et le <b>Luxembourg</b> . | 5 900 000         | 30 320                  | 3 448                              | 518                            | 0,04 €        |
| Campagne 2<br>(vidéo jeune couple 30/08 – 14/09)       |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                        | 5 100 000         | 23 486                  | 2 021                              | 1 136                          | 0,07 €        |
| Campagne 3<br>(vidéo couple 15/09-5/10)                |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                        | 5 100 000         | 29 974                  | 2 703                              | 593                            | 0,05 €        |
| <b>TOTAL MARCHES FRANCOPHONES</b>                      |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>16 100 000</b> | <b>83 780</b>           | <b>8 172</b>                       | <b>2 247</b>                   | <b>0,05 €</b> |
| Campagne 4<br>(vidéo famille et jeune couple 10-30/08) | Trafic vers offres bons plans | La campagne <b>germanophone</b> regroupant les villes d’Allemagne d’Essen, Düsseldorf, Dortmund, Cologne, Stuttgart, Francfort, Munich ; en Suisse : Bâle, Zürich ; en Autriche : Salzbourg, Innsbrück.                                                                | 474 600           | 12 854                  | 957                                | 866                            | 0,13 €        |
| Campagne 5<br>(vidéo couple 6-28/09)                   |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                        | 474 600           | 12 475                  | 829                                | 651                            | 0,15 €        |
| <b>TOTAL MARCHES GERMANOPHONES</b>                     |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>949 200</b>    | <b>23 329</b>           | <b>1 786</b>                       | <b>1 517</b>                   | <b>0,14 €</b> |



# Réseaux sociaux: 12 campagnes sponsorisées (France et Europe)

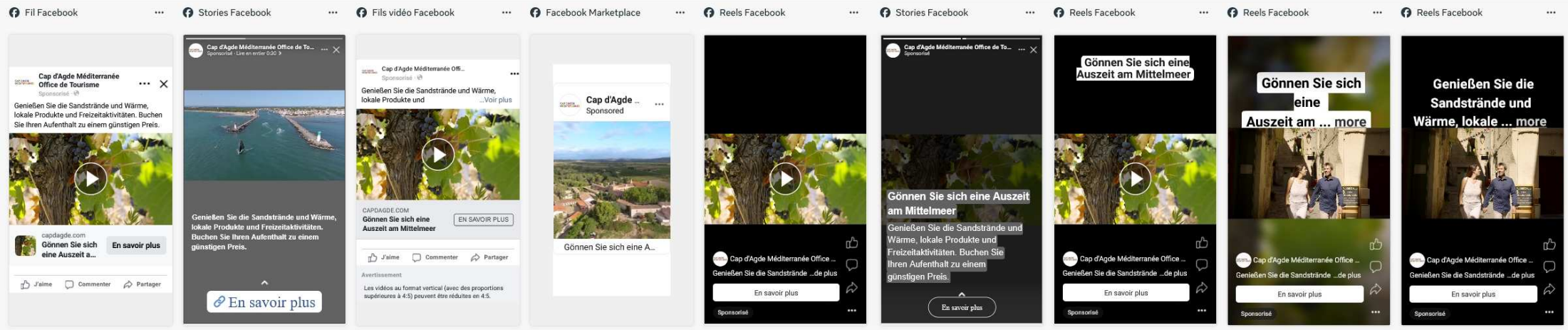
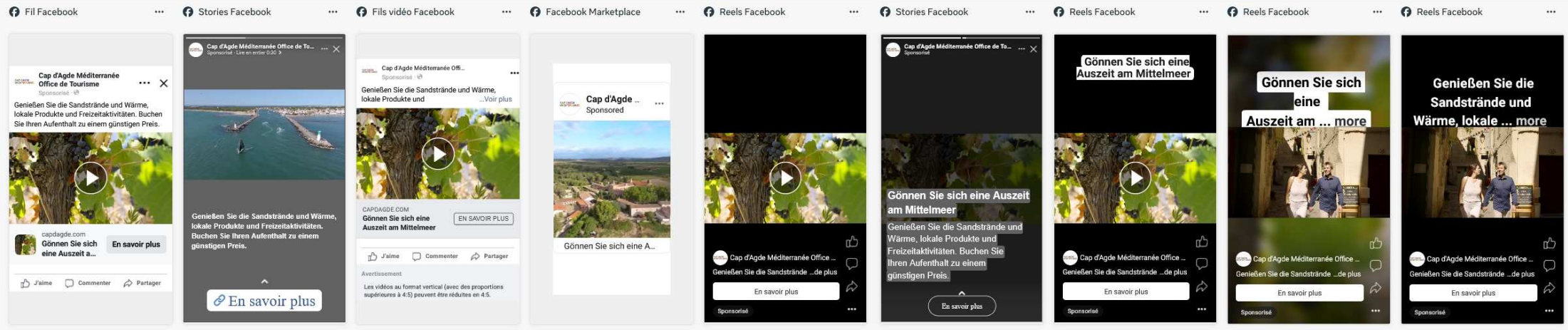
| Campagnes                                           | Objectifs                     | Ciblage de clientèle                                                                                                                                           |                  | Résultats des campagnes |                                    |                                |              |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------|------------------------------------|--------------------------------|--------------|
|                                                     |                               | Zone Géographique                                                                                                                                              | Audience approx. | Personnes touchées      | Nb de clics sur le lien bons plans | Vues de vidéos (à 10 secondes) | Coût au clic |
| Campagne 6 (vidéo famille et jeune couple 10-30/08) | Trafic vers offres bons plans | Campagne <b>anglophone</b> , d'une part le Royaume-Uni et l'Irlande, avec Londres, Bristol, Edimbourg, Manchester, Shannon et Limerick et le Bassin de Dublin. | 732 300          | 11 236                  | 1 066                              | 785                            | 0,10 €       |
| Campagne 7 (vidéo couple 6-28/09)                   |                               |                                                                                                                                                                | 732 300          | 12 675                  | 1 028                              | 615                            | 0,10 €       |
| TOTAL MARCHES ANGLOPHONES                           |                               |                                                                                                                                                                | 1 464 600        | 23 911                  | 2 094                              | 1 400                          | 0,10 €       |
| Campagne 4 (vidéo famille et jeune couple 10-30/08) | Trafic vers offres bons plans | Une seconde campagne anglophone visant la <b>Scandinavie</b> , autour de Copenhague, Malmö, de Billund, d'Oslo et de Stockholm.                                | 149 400          | 6 229                   | 724                                | 439                            | 0,09 €       |
| Campagne 5 (vidéo couple 6-28/09)                   |                               |                                                                                                                                                                | 149 400          | 5 588                   | 546                                | 346                            | 0,12 €       |
| TOTAL MARCHES SCANDINAVES                           |                               |                                                                                                                                                                | 298 800          | 11 817                  | 1 270                              | 739                            | 0,10 €       |

# Réseaux sociaux: 12 campagnes sponsorisées (France et Europe)

| Campagnes                                               | Objectifs                     | Ciblage de clientèle                                                                                                                            |                  | Résultats des campagnes |                                    |                                |                             |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------|------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
|                                                         |                               | Zone Géographique                                                                                                                               | Audience approx. | Personnes touchées      | Nb de clics sur le lien bons plans | Vues de vidéos (à 10 secondes) | Coût au clic                |
| Campagne 10<br>(vidéo famille et jeune couple 10-30/08) | Trafic vers offres bons plans | Concernant la campagne <b>néerlandophone</b> , les secteurs de Rotterdam, de La Haye, d'Amsterdam, ainsi que les Flandres.                      | 957 600          | 16 218                  | 2 158                              | 1 487                          | 0,05 €                      |
| Campagne 11<br>(vidéo couple 6-28/09)                   |                               |                                                                                                                                                 | 957 600          | 17 984                  | 1 717                              | 1 323                          | 0,06 €                      |
| <b>TOTAL MARCHES NEERLANDOPHONES</b>                    |                               |                                                                                                                                                 | <b>1 915 020</b> | <b>34 202</b>           | <b>3 875</b>                       | <b>2 810</b>                   | <b>0,05 €</b>               |
| Campagne 12<br>(vidéo couple 13-28/09)                  | Objectif de visibilité        | Campagne <b>hispanophone : Espagne</b> : Barcelone, Séville, Madrid et Saragosse, Baléares en lien avec les liaisons aériennes et ferroviaires. | <b>1 400 000</b> | <b>32 625</b>           | <b>9</b>                           | <b>8 253</b>                   | <b>0,01 € (vue / vidéo)</b> |
| <b>TOTAL MARCHÉ ESPAGNOL</b>                            |                               |                                                                                                                                                 |                  |                         |                                    |                                |                             |

|       | AUDIENCE   | PERSONNES TOUCHEES | CLICS  | VUES DE VIDEOS (A 10 SEC) | COÛT / CLIC |
|-------|------------|--------------------|--------|---------------------------|-------------|
| TOTAL | 22 127 800 | 211 664            | 17 206 | 17 012                    | 0,08 €      |

# Réseaux sociaux: 12 campagnes sponsorisées (France et Europe)



# Réseaux sociaux: 12 campagnes sponsorisées (France et Europe)

| Régions                        | Couverture | Clics sur un lien | CPC    |
|--------------------------------|------------|-------------------|--------|
| Flemish Region (B)             | 17 744     | 2 347             | 0,05 € |
| Île-de-France (F)              | 21 045     | 2 328             | 0,05 € |
| Rhône-Alpes (F)                | 11 417     | 1 497             | 0,05 € |
| Wallonia (B)                   | 11 416     | 1 209             | 0,05 € |
| England (GB)                   | 10 716     | 1 179             | 0,10 € |
| Nord-Pas-de-Calais (F)         | 8 830      | 1 020             | 0,05 € |
| Pays de la Loire (F)           | 6 823      | 808               | 0,05 € |
| Brussels (B)                   | 4 576      | 510               | 0,05 € |
| Nordrhein-Westfalen (D)        | 6 305      | 459               | 0,14 € |
| Dublin (Irl)                   | 5 844      | 452               | 0,10 € |
| Capital Region of Denmark (DK) | 2 593      | 366               | 0,10 € |
| Alsace (F)                     | 2 822      | 353               | 0,05 € |
| Bretagne (F)                   | 3 327      | 332               | 0,05 € |
| Tyrol (Aut)                    | 3 256      | 303               | 0,15 € |
| Baden-Württemberg (D)          | 4 003      | 297               | 0,13 € |
| Stockholm County (S)           | 2 329      | 227               | 0,11 € |
| Salzburg (Aut)                 | 2 274      | 210               | 0,14 € |
| Zealand Region (NL)            | 1 029      | 200               | 0,09 € |
| Bayern (D)                     | 2 870      | 194               | 0,14 € |
| Picardie (F)                   | 1 688      | 181               | 0,05 € |
| Franche-Comté (F)              | 1 131      | 172               | 0,04 € |
| North Brabant (NL)             | 1 303      | 164               | 0,05 € |