

# PLANS D'ACTIONS 2021



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme



# Sommaire

**04**

**LE PLAN DE RELANCE 2020 - 2021**

**06**

**LES ETUDES MARKETING**

**04**

**TRAJECTOIRES TOURISME**

**07**

**LE FONDS DE DOTATION ET MECENAT**

**09**

**LES UNIVERS THEMATIQUES**

- Outdoor / Itinérance
  - *Outdoor*
  - *Via Allier*
  - *ViaRhôna*
  - *Voie Bleue*
  - *Autres véloroutes voie vertes*
  - *Itinéraires randonnée Régionaux/ Trek*
- Bien-être thermal
- Montagne
  - *Génération Montagne*
- Art de Vivre
  - *Tourisme Gourmand*
  - *La Vallée de la Gastronomie*
  - *Les Sites Touristiques Emblématiques*

**19**

**L'HEBERGEMENT TOURISTIQUE**

**LES LABELS**

**LA PLACE DE MARCHÉ**

**23**

**LA PROMOTION INTRAREGIONALE**

**25**

**LA STIMULATION DES VENTES**

**LA RELANCE A L'INTERNATIONAL**

**PROMOTION INTERNATIONALE EUROPE**

- Grande-Bretagne
- Allemagne
- Belgique
- Pays-Bas
- Suisse

**PROMOTION INTERNATIONALE LONG-COURRIERS**

- USA - Canada
- Russie
- Chine
- Japon, Corée
- Proche et Moyen Orient
- Inde
- Brésil

**LES RESSOURCES TRANSVERSALES**

# LE PLAN DE RELANCE 2020 - 2021

## OBJECTIFS :

**INSCRIRE NOTRE REGION COMME UNE DESTINATION DURABLE (NOUVEAUX INDICATEURS DE PERFORMANCES)  
RETROUVER LE NIVEAU DE PIB TOURISTIQUE HISTORIQUE (2019) EN 2022**

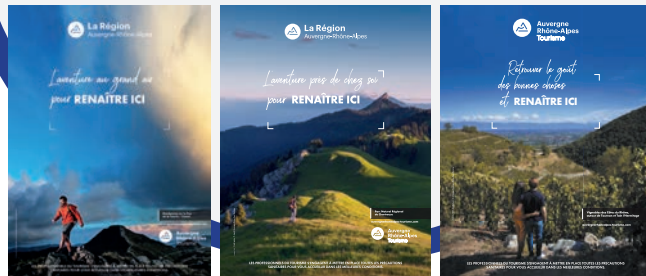
- 1.** Relancer **la consommation touristique sur notre région** pour contribuer à la survie des emplois & des entreprises.
- 2.** Accélérer la transition vers un **tourisme bienveillant** en lien avec les enjeux environnementaux, économiques et sociétaux.
- 3.** Poursuivre la mise en œuvre des **actions de fond de la politique touristique régionale** : études ; labélisation ; ingénierie ; aides à l'hébergement et à la commercialisation ; formation professionnelle.

DEPLOIEMENT  
EN CERCLES  
CONCENTRIQUES

- 1 - Clientèle intrarégionale
- 2 - Clientèle nationale
- 3 - Europe
- 4 - Moyens et long-courriers

## COMMUNICATION MEDIAS ET DIGITALE GLOBALE NOTORIETE / IMAGE

Une visibilité massive pour créer un environnement favorable et renforcer toutes les communications ciblées et spécifiques



### Des communications affinitaires

- Outdoor / Montagne/ Itinérance/ Art de vivre & terroirs / Tourisme urbain et d'affaires / Hébergements - restauration / Sites de visite / Bien-être thermal
- Campagnes digitales, partenariats médias et on line

### Des communications Destinations (dont Auvergne)

Partenariats médias en France et en Europe

### Des actions de promotion, stimulation des ventes, distribution

- Promotion des offres régionales sur les plateformes de réservation en France et à l'international (BtoC)
- Campagnes digitales (brand content + push produits)
- Aide à la production de packages auprès des réceptifs et référencement auprès des agences de voyages (BtoB)
- Poursuite des actions BtoB à l'international

Phase 1 - Juin à décembre 2020

Phase 2 - janvier à juin 2021

Phase 3 - juin à décembre 2021

# LE PLAN DE RELANCE 2020 - 2021

## DEUX ACTIONS PHARES

Dans la lignée des actions pour un tourisme bienveillant déployées en 2020 et pour accélérer la transition vers un tourisme plus durable tout gagnant des parts de marché, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme met en œuvre cette fin d'année deux grands projets BtoC.

### ACTION

# 1

#### BOOSTER LA CONSOMMATION INTRAREGIONALE

Déploiement d'un dispositif mettant en avant des offres marchandes et non marchandes, Loisirs et Culture (dans un premier temps) auprès de la clientèle intrarégionale.

Des offres en adéquation avec la vision pour un tourisme bienveillant: durables, respectueuses de l'environnement, en faveur d'un tourisme de proximité de la consommation locale et en s'appuyant sur les transports doux ou en commun.

**Objectif :** Recruter de nouveaux clients régionaux en recherche d'un nouveau tourisme plus en phase avec leurs valeurs et leur choix de vie.

**Lancement :** janvier 2021

#### CONTACT

Sophie Lemoine,

✉ s.lemoine@auvergnerhonealpes-tourisme.com

📞 06 23 07 24 72

### ACTION

# 2

#### TOURISME ET SANTE

Pour répondre au besoin des clientèles de prendre soin de leur santé et leur bien-être, ouverture d'un numéro vert, s'appuyant sur une équipe de professionnels de santé qui apportera conseils et recommandations en termes des choix de vacances et types d'activités en fonction des besoins de chacun.

Ce numéro sera mis en avant sur l'ensemble des supports du plan de relance.

**Objectif :** apporter de nouveaux arguments aux choix de vacances en Auvergne-Rhône-Alpes

Cible: nationale

**Lancement:** novembre 2020

#### CONTACTS

Delphine Chabert,

✉ d.chabert@auvergnerhonealpes-tourisme.com

📞 07 71 35 34 46

## CONTACT

Guilhem Poncy,

✉ [g.poncy@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:g.poncy@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

☎ 06 32 34 85 78

☎ 04 73 29 49 70

## ACTEURS CONCERNES

CDT/ADT, CD, OT, Parcs Naturels, Groupements pro, Labels, CCI, Clusters, Stations thermales, Domaines skiabiles.

## ETUDES PERMANENTES

### Parc des hébergements collaboratifs

Identifier l'ensemble de l'offre touristique proposée en Auvergne-Rhône-Alpes.

### Fréquentation des hébergements marchands

Suivi mensuel, saisonnier et annuel de la fréquentation et des origines des clientèles. Focus hébergement collaboratif possible à des échelles locales.

### Enquêtes de conjoncture : 3 vagues estivales

Baromètre mensuel auprès d'un panel représentatif de 850 professionnels du tourisme pour mesurer le ressenti des acteurs quant à l'activité touristique en région.

Interrogation possible de sur-échantillons pour les partenaires pour une ou plusieurs vagues.

### Suivi de la fréquentation des sites de visite et des principaux festivals et événements

### Suivi de la demande touristique française : fréquentation et profil

Quantifier et décrire les voyages des touristes français selon les espaces (ville, campagne, montagne station, moyenne montagne), à l'année et par saison.

### Dépenses des clientèles

Connaître la dépense globale journalière des touristes en séjour dans la région par type d'hébergements (marchands et non-marchands) et par espace.

### Emplois touristiques

Suivi de l'évolution des emplois salariés chaque trimestre et bilan annuel. Approche de l'emploi non-salarié (RSI).

### Etude des tendances touristiques

Analyse des dernières tendances en matière d'offre et de consommation touristique ; Suivi des thématiques régionales et des problématiques majeures : Exploitation des données de veille ViTE!

## ETUDES 2021

### Suivi de l'impact de la crise Covid-19

Conséquences de la crise sanitaire sur l'offre, la fréquentation, l'économie et l'emploi ; Veille spécifique sur l'évolution des tendances » post-Covid.

### Etude image et notoriété des Parcs Naturels

### Etude de l'impact positif de la montagne sur la santé

Complément et finalisation de l'étude et exploitation marketing des résultats.

### Etude Œnotourisme

Motivations et attentes, canaux d'information, typologie des clientèles...

### Etude Tourisme d'Affaires

Etat des lieux de l'offre, estimation de la part dans l'économie touristique et évaluation de l'impact de la crise Covid. Focus possible à des échelles locales.

### Etude opportunité d'un pass rail régional destiné aux clientèles internationales

Etude prospects sur les marchés européens et nord-américains pour mesurer les besoins et vérifier l'opportunité.

## ACCOMPAGNEMENT

### Création ou optimisation d'observatoires touristiques locaux

3 outils à disposition : Carnet de l'Observation Locale du Tourisme, formation digitale « Observation Touristique Locale » (Trajectoires) et pack d'accompagnement personnalisé.

## OUTILS ET SUPPORTS

- Enquête clientèle « Clé en main » pour tous les acteurs du tourisme : en ligne, responsive design, facile d'utilisation et personnalisable.
- Editions Les Carnets de l'Ingénierie : Chiffres clés du tourisme, Clientèle intra-régionale, Prospects Montagne Eté Famille France et Europe, Etude du marché Itinérance et Bilan de l'année 2020.
- Vidéos motion-design de valorisation et de synthèse des éditions.
- Revue de veille et analyse des tendances ViTE ! sur [veille.auvergnerhonealpes-tourisme.com](http://veille.auvergnerhonealpes-tourisme.com).
- Datavisualisation des données de fréquentation : conjoncture, hôtels, campings, villages vacances, résidences de tourisme, hébergements collaboratifs.
- Le METT (module d'évaluation du poids touristique des territoires) : offre, fréquentation, poids économique et emplois pour tous les territoires d'Auvergne-Rhône-Alpes.

Retrouvez tous les outils, supports et études dans le dossier **Observation** sur le site [pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com](http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com).

## CONTACT

Stéphane Orsini,

✉ s.orsini@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 85 55 05 52

## NOTRE IDENTITE

**Facilitateurs :** accompagner pour rendre facile l'ensemble du parcours de formation

**Experts :** répondre spécifiquement aux besoins du secteur du tourisme

**Fédérateurs :** nourrir des communautés dans le but de faciliter le développement des compétences

**Novateurs :** identifier des besoins émergents et déployer de nouvelles manières de se former

Parce que les clientèles sont de plus en plus exigeantes et que les comportements des consommateurs évoluent très vite, parce que les environnements sont de plus en plus changeants et que la notion de long terme doit sans cesse se confronter à des phénomènes inattendus et difficilement prévisibles, parce que les données réglementaires, juridiques et technologiques évoluent rapidement, les organisations, les équipes, les managers, les salariés doivent développer de nouvelles compétences, de nouvelles postures et adopter de nouveaux mécanismes de fonctionnement.

Pour vous accompagner dans les nécessaires mutations de vos structures, contribuer à l'épanouissement des individus et à la performance de vos organisations, Trajectoires Tourisme propose plus de 150 formations couvrant tous les domaines qui font le tourisme d'aujourd'hui et préparent celui de demain.

## STRATEGIE

Aujourd'hui, encore plus qu'hier, le développement des compétences, la capacité à s'adapter rapidement, l'agilité est devenue une nécessité pour créer de la valeur et assurer la performance d'une entreprise.

### Acteurs concernés

Organisme de tourisme, collectivités locales, sites de visite, hébergeurs.

### Le catalogue

Une offre de formation spécifiquement conçue pour les professionnels du tourisme.

- Accueil
- Communication
- Marketing
- Développement commercial
- Juridique
- Comptabilité
- Management
- RH
- Langues
- Tourisme & Handicap

**Des formations sur-mesure** au cœur de l'activité de Trajectoires Tourisme.

Des projets de formation sur-mesure ou en intra, à la demande des entreprises, des réseaux professionnels et des territoires d'Auvergne-Rhône-Alpes, pour prendre en compte, de manière spécifique, les problématiques, les contextes et les besoins de montée en compétences.

### Des parcours certifiants

Des parcours certifiants qui s'adressent spécifiquement aux acteurs du tourisme avec le « chargé de projet E-tourisme » et le « Manager de l'expérience touristique ».

### Des formations à distance

De nouvelles modalités de formation à distance pour enrichir les approches pédagogiques et s'adapter aux évolutions des pratiques professionnelles : web-séminaires, parcours individualisés à distance, modules 100% à distance.

## CONTACT

Jean-Marie Hébert,

✉ JM.hebert@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 60 46 40

## LES PARTENARIATS STRATEGIQUES

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme adapte son offre de services pour incarner concrètement son rôle de plateforme collaborative du développement touristique.

Des objectifs concrets sur la base d'une analyse 360° partagée et d'objectif(s) ciblé(s) pour vous faire bénéficier de l'ensemble de nos moyens (après contractualisation).

Mise en pratique : « mutualiser » de manière transversale notre catalogue d'expertises et capitaliser sur notre association d'images. Les prestations s'inscrivent dans une logique de kits sur mesure, couvrant nos 5 métiers : les études et actions d'ingénierie, la professionnalisation des acteurs, le développement de l'offre, la promotion et la communication (dont savoir-faire digital).

Objectif : accélérer notre attractivité commune par une mutualisation de moyens, une mobilisation des savoir-faire.

### Les Actions en cours :

#### Aéroports de Lyon/Vinci Airports

Campagne commune de promotion French Alps, pour témoigner de l'offre Montagne-hiver accessible via la porte d'entrée du réseau des aéroports Vinci en région (Lyon/Grenoble/Chambéry).

#### Air France

Actions de promotion (au régional, national et international) pour renforcer notre attractivité auprès de nouveaux visiteurs en Auvergne-Rhône-Alpes, utilisant le transport aérien.

#### Compagnie Nationale du Rhône

Ingénierie et accompagnement des acteurs territoriaux avec la CNR autour les activités touristiques le long du Haut- Rhône.

#### Crédit Agricole

Opérations innovantes pour accompagner la diffusion de l'offre bancaire Crédit Agricole et la reconnaissance de ses outils les mieux adaptés pour notre filière (notamment ses solutions de financement et ses nouveaux services).

#### Banque des Territoires

Actions multiples pour décliner notre stratégie et pour faire émerger des territoires plus durables, plus connectés, plus inclusifs et plus attractifs.

## LES ACTIONS DE MECENAT

Publiée au JO du 08 août 2020, le Fonds de dotation pour un tourisme bienveillant est désormais effectif et reconnu, pour agir dans le champ de l'intérêt général.

En innovant avec la filière tourisme, en prenant la parole différemment, en structurant un programme d'actions d'intérêt général, le Fonds de dotation a vocation à modifier nos pratiques pour développer un tourisme au service de la cohésion sociale, de la découverte de l'autre, de la sensibilisation et de la préservation de l'environnement, pour un développement équitable des territoires.

Dans la mesure où les attentes sont fortes, la vision du tourisme bienveillant guide ce nouvel engagement sur les impacts environnementaux, économiques et sociétaux du tourisme.

Cette étape essentielle de création du Fonds concrétise une ambition collective avec ses 5 co-fondateurs (Club Med, Domaines Skiables de France, Vacancéole, VVF et Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme). Ce Fonds de dotation permet de délivrer un soutien matériel (sans contrepartie de la part du bénéficiaire) à des organismes sans but lucratif, pour des actions ou des activités présentant un caractère d'intérêt général.

Les actions innovantes à venir ont une double vocation :

— Un volet inclusif, pour accompagner des publics éloignés du voyage et leur permettre de bâtir leur projet, d'appréhender des pratiques et de vivre des expériences de découverte (de soi, de l'autre, de nouveaux territoires, etc.),

— Une vision éco-responsable, durable et équilibrée, pour traduire et promouvoir une gestion raisonnée des ressources et l'approfondissement de la relation visiteurs-visités.

Objectif : le Fonds de dotation, doté de ressources propres et de la capacité de collecte (avec le dispositif fiscal du mécénat) peut vous assister et accueillir des projets en fonds dédiés portés par des acteurs engagés.

Le Fonds peut délivrer un accompagnement administratif et technique aux acteurs touristiques dans leur politique de mécénat, principalement :

— Les entreprises du tourisme qui souhaitent contribuer à des actions d'intérêt général (ayant défini un objet ou une cause, mais sans capacité à « transformer » l'essai et à mobiliser les outils d'incitation fiscale),

— Les acteurs de l'intérêt général (associations notamment) qui souhaitent faciliter leur propre campagne de levée de fonds.

CO-FONDATEURS DU FONDS DE DOTATION

Club Med

Vacancéole  
le souffle de vos vacances

Auvergne  
Rhône-Alpes  
Tourisme

DOMAINES  
SKIABLES  
DE FRANCE

VVF VILLAGES  
LES VACANCES PARTOUT EN FRANCE

PARTENAIRES D'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme :

LYON  
AÉROPORT

AIRFRANCE

CNR

CA

BANQUE des  
TERRITOIRES



# Univers Thématiques

**OUTDOOR / ITINERANCES**

—

**BIEN-ETRE THERMAL**

—

**MONTAGNE**

—

**ART DE VIVRE**

# UNIVERS THEMATIQUES OUTDOOR / ITINERANCES

## OUTDOOR

### CONTACTS

**Caroline Chouvy,**

✉ c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 43

**Romain Fayolle,**

✉ r.fayolle@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 15 94 23 17

**Dominique Bambier,**

✉ d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 03 52 39

## OBJECTIFS

- **Entretien et développer la notoriété de la région** en tant que Destination Outdoor
- **Accroître les retombées économiques** des clientèles affinitaires en séjour

## ENJEUX 2021

- **Mieux capitaliser** sur la pratique des habitants
- **Développer des partenariats** impactants avec des marques de l'Outdoor
- **Avoir une connaissance fine et critérisée** de l'offre des territoires et des itinéraires (lien avec Apidae)

## CIBLES ET MARCHES

Outdoor Addicts / Nature Lovers / Marché Intrarégional / France / Marché Europe / Amérique du Nord (selon contrainte sanitaire)

## STRATEGIE

**Adresser des contenus à des cibles affinitaires**, aller vers des audiences qualifiées

**Repérer de nouvelles tendances** de communication, les tester

**Développer la précision** dans la remontée des contenus que ce soit pour du BtoB ou du BtoC

**Accompagner les territoires** dans la mise en tourisme de leur offre

## ACTIONS

### Actions d'accompagnement / Formation

**Toute l'année :** Déploiement de l'action Design de l'offre pour 6 Territoires d'Excellence Pleine Nature (TEPN) maximum

**Janvier :** Journée annuelle du réseau TEPN/ Territoires Montagne 4 Saisons (TM4S)

**Printemps :** journées techniques «Stratégie e-réputation»

**Printemps :** Accompagnement des territoires sur l'outil Outdoorvision avec le Pôle Ressources Nationales Sport Nature

**Été :** Réunion annuelle Accueil Vélo

**Automne :** Formation dédiée

**Automne :** Poursuite du travail avec l'ATTA

### Outils / Salons BtoC

**Printemps :** Carte touristique dédiée aux activités (Vélo, Rando)

**Printemps :** Création de capsules vidéos et photos spécifiques pour actions de promo

**Mars :** Salon du randonneur à Lyon

**Mars :** Report du salon des CE prévu en septembre 2020

**Octobre :** Salon du Roc d'Azur

### Actions de promotion

**Utilisation des contenus produits en 2020** sur des supports innovants

**Placement des contenus expérientiels** chez des équipementiers sportifs

**Accompagnement à la création** de micro-aventures + campagne dédiée

**Mise en place d'une communauté d'ambassadeurs** Outdoor en région

**Campagnes digitales** produits

### Actions BtoB

**Automne :** Organisation de voyages de presse spécialisés en amont de GreenFrance

**Organisation de GreenFrance**

**Octobre :** Afterwork avec les réceptifs spécialisés

### Autres actions

Voir également les actions proposées en France dans le cadre de la montagne ainsi que les actions proposées sur les marchés européens.

# OUTDOOR / ITINERANCES

## VIA ALLIER

### CONTACTS

Caroline Chouvy,

✉ c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 43

Dominique Bambier,

✉ d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 03 52 39

## ENJEUX 2021

### – Favoriser l'appropriation

de l'itinéraire Via Allier par les locaux

### – Développer la notoriété

régionale et France

### – Améliorer la connaissance

de l'itinéraire (lien avec Apidae)

## CIBLES ET MARCHES

Outdoor Addicts (cyclotouristes / familles) / Nature Lovers /  
Marché Intrarégional / France

## ACTIONS

**Réalisation** du site internet

**Création** d'un dossier de presse

**Création et diffusion** de la carte touristique détaillée

**Achat de publicités** dans la PQR

## VIARHÔNA

(en lien avec le groupe de travail interrégional)

### CONTACTS

Sylvaine Vallini,

✉ s.vallini@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 48 20 18 31

## ENJEUX 2021

### – Augmenter / étaler

la fréquentation de l'itinéraire

### – Développer la notoriété

sur les marchés européens

### – Veiller à l'actualisation

des outils de communication

### – Lien

avec les travaux du comité technique

## CIBLES ET MARCHES

Outdoor Addicts (cyclotouristes / familles) / Nature Lovers  
(familles) / Marché Intrarégional / France / Europe / Nord-  
Américain (selon conditions sanitaires)

## ACTIONS

**Travailler l'appropriation et la diffusion** des outils  
par les OT et les tronçons

**Développer un plan d'actions** sur les marchés  
européens en lien avec le groupe de travail

**Remettre à jour les outils** (site internet, carte..)

**Voyage d'étude Allemagne** sur les services autour  
des itinéraires

## VOIE BLEUE (en lien avec le groupe de travail interrégional)

### CONTACTS

Caroline Chouvy,

✉ c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 43

## ENJEUX 2021

### – Accroître la notoriété

de l'itinéraire sur le marché France

### – Développer la notoriété

sur les marchés  
Européens (BE, ALL, GB et NL)

### – Améliorer la connaissance

de l'itinéraire (qualifier l'offre) en Auvergne-Rhône-Alpes

### – Mettre en avant

la complémentarité avec  
ViaRhôna (clientèles nordiques)

## CIBLES ET MARCHES

Outdoor Addicts (cyclotouristes / familles) / Nature  
Lovers (familles) / Marché Intrarégional / France

## ACTIONS

Site internet/ réseaux sociaux

Salons grand public et BtoB

Accueils presse

Actions BtoB (eductours..)

## AUTRES VELOROUTES ET VOIES VERTES

### CONTACTS

Romain Fayolle,

✉ r.fayolle@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 15 94 23 17

## ENJEUX 2021

### Via Fluvia / V62-63 / Véloire

- **Accompagner** la mise en tourisme de ces itinéraires
- **Développer la notoriété** et la mise en tourisme des itinéraires
- **Améliorer la connaissance** des itinéraires (lien avec Apidae)

## CIBLES ET MARCHES

Outdoor Addicts (cyclotouristes) / Marché France / Europe

## ACTIONS

Site internet/ réseaux sociaux

Salons grand public et BtoB

Accueils presse

Actions BtoB (eductours..)

# OUTDOOR / ITINERANCES

## ITINERAIRES DE RANDONNEE REGIONAUX / TREK

### CONTACTS

Dominique Bambier,

✉ d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 03 52 39

## OBJECTIFS

- **Accroître** le nombre de séjours randonnée / trekking en région
- **Développer** la notoriété des grands itinéraires de randonnée
- **Diffuser** les flux de randonneurs sur les différents itinéraires régionaux

## ENJEUX 2021

**Disposer d'un plan d'actions** dédié à l'itinérance pédestre

## CIBLES ET MARCHES

Outdoor Addicts / Marché France / Europe

## ACTIONS

**Collectif d'influenceurs** pour parler Trekking et grands itinéraires en Auvergne-Rhône-Alpes

**Campagnes digitales**

**S'assurer de la visibilité** des itinéraires sur les plateformes d'utilisateurs

**Rechercher un partenariat** disposant d'une forte notoriété et de valeurs adaptées

## ITINERAIRES VTT ET CYCLO REGIONAUX

### CONTACTS

Caroline Chouvy,

✉ c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 43

Romain Fayolle,

✉ r.fayolle@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 15 94 23 17

Dominique Bambier,

✉ d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 03 52 39

## OBJECTIFS

**Positionner la région** comme une terre cyclo dans toutes ses dimensions

## ENJEUX 2021

- **Parler** de toutes les pratiques cyclo
- **Travailler** la filière dans son ensemble

## CIBLES ET MARCHES

Outdoor Addicts (Cyclotouristes, Vététistes, sportifs...)  
/ Nature Lovers / Marché France / Europe / Nord-Américain (selon conditions sanitaires)

## ACTIONS

Site internet/ réseaux sociaux

Salons grand public et BtoB

Accueils presse

Actions BtoB (eductours..)

Réalisation de supports de promotion

# UNIVERS THEMATIQUES

## BIEN-ÊTRE THERMAL

### CONTACT

Lawrence Duval,

✉ l.duval@auvergnerrhonealpes-tourisme.com

☎ 06 07 65 57 54

## OBJECTIFS

**Développer la notoriété de la région** en tant que Destination Bien-être et santé

**Accroître les retombées économiques** des clientèles affinitaires.

## ENJEUX 2021

**Promouvoir les nouveautés des stations thermales** à travers le nouveau positionnement marketing régional

**Accompagner les stations** dans la création des offres prévention santé

## CIBLES ET MARCHES

Clientèles affinitaires (opportunistes / adeptes / prévention santé)

Marché intrarégional / France / Europe francophone

## STRATEGIE

**Développer la précision** dans la remontée et la réalisation des contenus que ce soit pour du BtoB ou du BtoC (lien avec Apidae)

**Accompagner les stations** dans la définition d'offres bien-être prévention santé globales

### Actions d'accompagnement / Formation

- Voyage d'étude techniques
- Journée technique avec Trajectoires
- Optimisation des informations dans Apidae

### Outils

- Dossier de presse
- Landing site internet
- Reportage photos

### Actions de promotion

- Accueils bloggeurs
- Campagnes digitales
- Accueils presse
- Thermalies Paris/ Lyon
- Salon bien-être/ nature

### Actions BtoB

**Travail auprès des réceptifs et T.O.** pour optimiser leur connaissance de l'offre

# UNIVERS THEMATIQUES

## MONTAGNE

### DIVERSIFICATION TOURISTIQUE

#### CONTACT

Céline Crouzet,

✉ c.crouzet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 09 21 46 50

## AMBITION

**Consolider l'attractivité** de la montagne en tant que territoire et/ou destination touristique à vivre et à découvrir, accessible à tous.

## ENJEU MAJEUR ET TRANSVERSAL

**Favoriser la mise en réseau** et les synergies entre les partenaires et territoires, autour de la stratégie montagne et des actions d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

## UNE STRATEGIE PLURIANNUELLE 2019-2021

- **Encourager le renouvellement générationnel** des clientèles
- **Développer une offre** « montagne toutes saisons » attractive, principalement en moyenne montagne et l'été
- **Conquérir les clientèles** et élargir la fréquentation touristique aux ailes de saison.

## Ingénierie / développement

### Actions communes avec le pôle

**Outdoor** dédiées aux Territoires d'excellence Pleine Nature, aux Territoires Montagne 4 Saisons et aux Parcs.

### Objectifs

Accompagner au développement et à la qualification de l'offre touristique de ces territoires.

- **Journée annuelle** de réseau et d'échange
- **Accompagnement et déploiement** de la démarche expérimentale de design de l'offre
- **Journée technique** Stratégie E-réputation
- **Voyage d'étude Outdoor** - Véloroute - Lac de Constance (Allemagne)
- **Expérimentation** sur la géolocalisation des pratiques outdoor et l'analyse des pratiques connectées
- **Formation** dédiée

**Actions partenariales** avec les Parcs Naturels Régionaux et Parcs Nationaux, dans le cadre des conventions d'objectifs. Plans d'actions spécifiques.

**Etude sur les attentes** des clientèles familles sur la montagne été - 2<sup>e</sup> volet marchés européens (étude « prospects »)

**Accompagnement** à la commercialisation des refuges

## Promotion / Communication

### Presse :

- Constitution d'un dossier de presse valorisant l'offre des Parcs (été) – Plan d'actions spécifiques
- Réalisation d'un communiqué de presse Montagne estivale + conférence de presse (à préciser)
- Accueils (sous réserve – plan d'actions spécifiques)

### Digital :

- Campagne digitale Montagne estivale, valorisant l'offre des Parcs et la diversité des produits familles, afin de renforcer leur notoriété et l'image
- Actions digitales destinées à promouvoir les refuges et leur accessibilité pour les familles
- Campagnes et actions digitales sur le marché intra-régional (cf page marché intra-régional), valorisant les bons plans/offres en montagne, notamment les refuges et les Parcs, dans un objectif de notoriété et de transformation (consommation de séjours).

### Autres actions fortes :

- En lien avec Tourisme et Handicap : actions pour la promotion des sentiers accessibles, au sein des Parcs Nationaux (accueil presse / influenceurs)
- En lien avec Tourisme Gourmand : opération Chef, terroir et montagne.

# UNIVERS THEMATIQUES

## MONTAGNE

### GENERATION MONTAGNE

#### CONTACT

Céline Crouzet,

✉ c.crouzet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 09 21 46 50

## OBJECTIFS

**Fédérer et engager les acteurs de la montagne autour d'un objectif de reconquête des clientèles jeunes (se répartir les rôles en concertation et en cohérence afin d'agir au nom du collectif) :**

- **Recréer un imaginaire positif** autour d'une montagne pour les jeunes
- **Accompagner les opérateurs** à concevoir des offres touristiques attractives
- **Redynamiser les séjours collectifs**
- **Promouvoir les destinations « Génération Montagne ».**



#### Ingénierie / développement

##### Réseaux :

- Animation du réseau par l'organisation de groupes de travail et des prises de paroles auprès des réseaux ou lors de réunions techniques
- Fonds de dotation : Aide au départ en vacances en montagne enfants et jeunes issus du marché intra régional
  - Opération 1000 jeunes au ski en partenariat avec L'ANCV
- Réunion d'un Comité éditorial des partenaires pour coordonner les actions de promotion et de communication.

##### Offre :

- Référentiel de l'offre « Jeunes » Hiver/Été : mise à jour et diffusion auprès des réseaux et des territoires
- Sourcing permanent d'offres spéciales « jeunes » : Animation on-line avec mise en ligne d'offres séjours/destinations

##### Observatoire :

- Suivi d'indicateurs sur la fréquentation enfants, jeunes et familles

#### Promotion / Communication

##### Presse :

- Réalisation de communiqué de presse : Valorisation des temps forts (Hiver/Été)
- Constitution d'un dossier de presse : Elaboration d'éléments de langage pour les professionnels des territoires de montagne (Hiver/Été)
- Partenariat éditorial : Numéro « spécial famille été » dans un magazine régional

##### Digital :

- Réseaux sociaux : Animation du compte Instagram Génération Montagne. Production de Lens Snapchat hiver/Été sur la cible des 13-17 / 18-25 ans avec valorisation de l'environnement montagne
- Influenceurs : Organisation d'un « Summer camp » (Été), rassemblant des influenceurs et leurs fans.
- Site internet Génération Montagne : valorisation d'offres de séjours et d'activités, par tranches d'âge et thématiques

# UNIVERS THEMATIQUES

## ART DE VIVRE

### TOURISME GOURMAND

#### CONTACTS

**Martine Bridier, Tourisme Gourmand**

✉ m.bridier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 87 71 90 43

**Isabelle Faure, œnotourisme**

✉ i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 39

## ENJEUX

Faire rayonner la région dans son ensemble comme une « destination gourmande ».

Répondre aux nouvelles tendances du tourisme gourmand (itinérances gourmandes, tourisme gourmand au féminin, pépites de proximité, etc.)

Faire émerger, et/ou valoriser une offre Oenotouristique de qualité.

## STRATEGIE

**Développer les partenariats et l'animation de réseaux**

en partenariat avec le Comité Vins, les réseaux de restauration et l'ensemble des acteurs liés au tourisme gourmand et viti-vinicole.

### Accompagner les professionnels

dans l'émergence et la valorisation de leur offre touristique avec des actions de communication et de promotion pertinentes et fédératrices.

**Qualification de l'offre** en lien avec les labels existants.

## CIBLES

Affinitaires, experts, spécialistes, B to C et B to B.

## MARCHES

Régional, national et international.

### Structuration, qualification et développement de l'offre

- Accompagnement les professionnels et les territoires dans la structuration de leurs offres.

**Visites terrain :** qualification de l'offre, analyse marketing du positionnement de l'offre, lien avec le Pole Promotion Marchés pour l'adéquation offre/demande.

### Animation des réseaux, développement des partenariats

- Convention Comité vins : plan d'actions partagé (axe fort sur la promotion), co-animation du réseau des territoires labellisés V&D

- Eductour benchmark pour les territoires labellisés Vignobles & Découvertes. Date à valider.

**Budget :** transferts et organisation pris en charge par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, repas et hébergements à la charge des participants.

- Suivi du développement de 3 territoires labellisés Vignobles & Découvertes (Condrieu-Côte Rôtie, Forez Roannais aux racines de la Loire et Bugey) en tant que référent tourisme

- Identification des attentes des professionnels et des réseaux pour alimenter le plan d'actions proposé. Collaboration avec Auvergne Rhône-Alpes Gourmand, Bienvenue à la ferme, Bistrots de pays, Sites remarquables du goût, Toques Blanches, Toques d'Auvergne, Toqués d'Ardèche, etc.

### Communication et Promotion

#### ■ Promotion régionale et nationale :

- **Fascinant Week-End** (3<sup>ème</sup> WE d'octobre) : Organisation par Auvergne- Rhône-Alpes Tourisme des relations presse et autre promotion régionale dès septembre (dont radio).

**Budget :** Participation à la prise en charge des accueils de journalistes.

#### – Campagnes digitales ciblées :

- Tables Paysannes (printemps 2021)
- Bienvenue en Beaujonnie (juin 2021)
- Budget : à définir selon les campagnes.

- **Action presse :** publi-rédactionnels sur les itinérances gourmandes (gastronomie et montagne, tourisme gourmand au féminin, gastronomie durable/circuits courts...)

#### ■ Promotion internationale :

#### – Destination Vignobles

(5 et 6 octobre). Salon professionnel international dédié au tourisme viti-vinicole – Aix-en-Provence. Salon initialement prévu en 2020. Environ 10 à 15 partenaires d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme attendus pour une mise en avant des territoires labellisés Vignobles & Découvertes.

**Budget :** pour le salon, entre 1 000 et 1 800 € HT selon type de stand et adhérent; pour les pré-tours : aide à la prise en charge de l'accueil des tour-opérateurs sur place.

- **Pré-tours prévus en amont du salon** (du 1<sup>er</sup> au 4 octobre) : 2 éductours (dont un Vallée de la Gastronomie).



# UNIVERS THEMATIQUES

## ART DE VIVRE

### VALLEE DE LA GASTRONOMIE



*Le partage  
de la passion  
et de l'excellence*

Une nouvelle destination touristique gourmande dont le périmètre s'étend de Dijon à Marseille.

Ce grand projet fédérateur est porté par la Région Auvergne-Rhône-Alpes, et piloté en association avec les Régions Bourgogne Franche-Comté et Provence Alpes Côte d'Azur et le département du Gard.

## ANIMATION DU RESEAU - SUIVI DE L'OFFRE

### CONTACT

Martine Bridier

✉ m.bridier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 87 71 90 43

### Pourquoi rejoindre la Vallée de la Gastronomie®

Les 4 bonnes raisons:

- **Rejoindre une destination unique** d'envergure internationale
- **Bénéficier d'un dispositif de promotion** et de communication puissant et performant
- **Gagner de nouveaux clients en région**, en France, en Europe et sur les

marchés « longs courriers »

- **Profiter d'un levier de développement économique** pour vos projets et pour l'export de vos produits et savoir-faire.

### Deux types d'offres:

- **L'offre-gourmande:** le « fonds de commerce » de la Vallée de la Gastronomie avec les offres gourmandes existantes
- **Les expériences remarquables** – « à vivre au moins une fois dans sa vie » - qui constitueront la vitrine de la destination et seront les éléments différenciants.

### Conditions d'éligibilité

- **Être situé sur le périmètre** de la Vallée de la Gastronomie (45 mn de part et d'autre d'une sortie d'autoroute),

- **Proposer une prestation touristique** liée à la gastronomie, aux vins ou aux produits du terroir,
- **Faire partie d'un réseau**, label ou guide de référence.

### Plus d'information et formulaire d'inscription sur :

[www.valleedelagastronomie.com](http://www.valleedelagastronomie.com)

## COMMUNICATION

### CONTACT

Sophie Lemoine,

✉ s.lemoine@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 07 24 72

Après une première phase de lancement visant à fédérer les acteurs en juin 2019, une seconde phase de lancement grand public France et international est prévue au printemps 2021.

**Objectifs:** développer la notoriété de cette nouvelle destination, générer de la fréquentation sur les sites et ventes d'offres touristiques.

**Cibles :** touristes de proximité, France (dont franciliens), internationaux, foodies.

**Marchés internationaux prioritaires :** UK, Belgique, Suisse, USA, Japon.

### Les actions communication France

- **Media régional :** Affichage, presse
- **Presse France:** Conférence de presse de lancement, accueils presse, travail régulier de la presse.

### Digital:

- Campagnes Facebook
- Création et animation d'un compte Instagram par des influenceurs
- Campagnes Instagram
- **Site internet** destiné au grand public accompagné d'un dispositif de référencement et alimenté par les bases de données de chaque région.
- **Influence:** activation d'influenceurs sur des actions régionales, nationales et internationales (selon le calendrier des marchés prioritaires ciblés).
- **Magazine:** création d'un mini magazine Vallée de la Gastronomie diffusé via : partenaires territoriaux, des partenariats privés...

### Des actions internationales

Après un premier lancement en Grande Bretagne au printemps 2020, il est prévu de lancer la Vallée de la Gastronomie en Suisse et Belgique au printemps 2021, avant de cibler le Japon et les Etats-Unis en 2022.

Les actions reposent sur un principe commun, mixant lancement presse, suivi de campagne digitale couplée à l'accueil d'influenceurs et de journalistes sur le printemps et l'automne.

### Presse :

- Conférence de presse de lancement sur Genève et Zurich (printemps 2021),
- Conférences de presse de lancement sur Bruxelles et Anvers (printemps 2021),
- Accueils de journalistes sur Juin et Septembre.

### Digital :

- Campagnes digitales sur le printemps et l'automne sur la Suisse et Belgique
- Accueils d'influenceurs

# UNIVERS THEMATIQUES

## ART DE VIVRE

### SITES TOURISTIQUES EMBLEMATIQUES

Plan d'actions ouvert aux seuls membres du réseau des Sites Touristiques Emblématiques.

#### CONTACT

Isabelle Faure,

✉ i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 39

## ENJEUX

**Développer la notoriété et l'attractivité** des 26 Sites du réseau. Faire émerger des points de convergence entre les Sites pour les aider à se développer et approfondir leur promotion. Utiliser leurs éléments de divergence pour s'enrichir des expériences respectives.

## STRATEGIE

**Accompagner les professionnels** dans l'émergence et la valorisation de leur offre touristique.

**Animation de réseau (En lien avec le service Tourisme de la Région)**

**Réunions du réseau** prévues au moins 2 fois par an, avec découverte du site où se déroule la réunion. Continuité des travaux initiés avec la Direction des Mobilités de la Région.

**Communication / Relations presse**

**Campagnes digitales :** Campagnes digitales prévues à la période des vacances scolaires (Pâques, été et Toussaint). Contribution des sites concernés en sus d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Budget

**Impulser la promotion** des Sites emblématiques sur le marché régional et national, notamment grâce au digital capitaliser sur les bonnes pratiques du réseau.

## CIBLE

grand public par B to C

## MARCHES

régional / national.

demandé par partenaire : 1 000€ minimum.

**Relations presse :**

Suite à la conférence de presse de juillet 2020 : accueils de journalistes et réalisation d'un DP nouveautés 2021

**Salons / Evénements**

– **Salon Mahana** - Février 2021  
Sur un stand Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme mutualisé avec plusieurs partenaires. Voir plan d'actions Marché intra-régional

– **Opération à destination des CE et des groupes** - Septembre.

# TOURISME URBAIN

#### CONTACT

Thomas Ducloutrier,

✉ t.ducloutrier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 04 73 29 49 40

## OBJECTIFS

- **Amplifier la notoriété des villes** de la région comme destinations citybreak
- **Aider à la relance** du tourisme urbain

## ENJEUX

**Relancer l'économie touristique** des villes touchées par la crise sanitaire

**Compenser la baisse de fréquentation** des clientèles long-courrier

**Mieux connaître le secteur du tourisme** urbain et d'affaire

**Actions de promotion**

**Création d'un dossier de presse** spécifique « city break » en langues française et anglaise ;

**Actions de promotion digitale** thématiques city-break ;

**Opérations de promotion** sur les marchés étrangers et sensibilisation des prestataires aux besoins spécifiques de ces marchés.

**Actions de promotion des ventes**  
**Soutien à la commercialisation** des offres city-pass pour les individuels ;

## CIBLE ET MARCHES

Urbains, CSP+ : seniors, couples sans enfants, jeunes actifs / Marché Intra-régional / France / Marchés Européens

## STRATEGIE

**Mettre en valeur** les contenus adaptés aux city-breaks ;

**Favoriser la fréquentation** des groupes en facilitant l'intermédiation ;

**Soutenir la commercialisation** de nuitées et de produits ;

**Etudier le secteur** du tourisme urbain et d'affaire.

**Campagne de promotion des ventes** en partenariat avec un opérateur de commercialisation en ligne ;

**Actions BtoB**

**Poursuite du partenariat** initié avec Get your Group ;

**Participation** à un salon BtoB ;

**Actions d'observation**

**Analyse du secteur du tourisme urbain** et d'affaire : offre, poids économique, impact de la crise, pistes d'actions.

L'hébergement  
touristique

---

Marques  
et Labels

---

La place  
de Marché

# L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

## CONTACT

Nathalie Vallier,

✉ n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 32 71 59 54

L'hébergement occupe une place centrale dans le choix d'une destination touristique. Premier contact d'un touriste avec le territoire, le parc hébergement doit être diversifié, qualifié, accessible, afin de garantir l'accueil de clientèles variées dans les meilleures conditions.

Maillon fort du dynamisme de l'économie locale, avec un parc **de plus de 830 000 lits dans les hébergements marchands classés et 2,1 millions de lits non marchands** dans les résidences secondaires, l'hébergement est un véritable atout pour la vitalité de l'activité touristique, et ce, toute l'année. Soutenir le développement et maintien des différentes formes d'hébergement sur l'ensemble du territoire régional demeure un enjeu majeur.

## OBJECTIFS

**Développement et valorisation des hébergements touristiques** dans leur ensemble.

## ENJEUX

**Animer et fédérer** l'ensemble des réseaux d'hébergeurs

**Faciliter l'investissement** sur les territoires

**Etre un soutien à la promotion** et à la commercialisation de l'offre touristique régionale

## CIBLES

B to C et B to B

## MARCHES

Intra régional et national

Et en lien avec le pôle Marchés pour les marchés européens et lointains

## Ingénierie/développement

### Journée Annuelle des Réseaux d'hébergeurs :

rencontre autour de sujets d'actualités traités par des spécialistes, faciliter les échanges de bonnes pratiques, apporter de l'information sur l'évolution de la demande des clientèles et des nouvelles tendances (benchmark).

**Les RV de l'hébergement** (6 web séminaires en format court, gratuits, d'environ 40 mn (20 mn d'intervention, 20 mn d'échanges). Objectif : diffuser de l'information concrète, pratique, autour de sujets pointus, spécifiques et distincts des thématiques plus généralistes traitées par ailleurs.

### Cercle des Financeurs :

4 éditions/an – Plateforme de mise en relation entre les porteurs de projets de l'investissement touristique et le monde de la finance. Accompagnement dans la préparation du dossier sur les aspects marketing et financiers.

### Animation de la Boîte à outils des hébergeurs,

nécessaire à l'accompagnement de tout professionnel de l'hébergement et régulièrement complétée par des études clientèles, fiches ratios, replays, éléments marketing, etc.

## Promotion /Communication

### Opération à destination des CE et des groupes - Mars.

Accueil sur le pavillon Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme de partenaires régionaux sur 2 jours et disposant d'une offre spéciale CE. Participation financière à définir.

### Campagne digitale sur le marché Intra régional

avec une sélection d'offres « coups de cœur » autour d'un hébergement (gîte, refuge, village vacances, hôtel familial...) dans un objectif de notoriété et de transformation (consommation des séjours). Participation financière à définir.

**Accueil de presse** valorisant les hébergements de charme en lien avec les communes labellisées Villes et villages fleuris, cités de caractère et villages remarquables. Participation à la prise en charge des accueils des journalistes.

# MARQUES ET LABELS

## TOURISME & HANDICAP ET QUALITE TOURISME

### CONTACT

Céline Coudouel,

✉ c.coudouel@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 14 85 84 75



REPUBLICQUE FRANÇAISE



## OBJECTIFS

**Promotion/commercialisation de l'offre de tourisme de qualité et bienveillante** (entreprises et territoires) à destination de tous publics et notamment des personnes à besoins spécifiques.

**Animation régionale** et accompagnement pour le développement des marques nationales du tourisme: (Tourisme & Handicap et Qualité Tourisme).

## STRATEGIE

**Maintenir la dynamique régionale** en matière de tourisme adapté en lien avec le réseau des évaluateurs et les territoires.

**Développement, accompagnement et valorisation de territoires H+ Destination Tourisme**

(La démarche H+ comme « Toujours plus pour le handicap ») en lien avec la mission handicap et le service tourisme du Conseil régional.

**Soutien à la promotion des démarches qualité** et notamment de la marque Qualité Tourisme.

## Animation et labellisations

**Accompagnement des territoires H+**

**Visites de labellisation Tourisme & Handicap**, accompagnement des territoires et des évaluateurs.

**Journées régionales Tourisme & Handicap** : destinées aux évaluateurs Tourisme & Handicap en région (OT, ADT, CD, Associations...).

**Animation des commissions régionales Tourisme & Handicap** (4/an) d'attribution de la marque nationale Tourisme & Handicap.

**Accompagnement en tant que Relais territorial des Offices de tourisme** dans leur démarche Qualité Tourisme sur les territoires non accompagnés par un relais local.

**Animation régionale Qualité Tourisme en lien** avec les relais territoriaux des Offices de Tourisme

**Participation aux commissions qualité d'ADN Tourisme** et aux instances / événements nationaux et internationaux en lien avec la thématique du tourisme accessible.

## Promotion / Communication

**Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme accompagne l'association nationale Tourisme & Handicaps dans ses actions de promotion** : participation possible des sites labellisés via Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme (participation financière requise) au Salon Mahana du 5 au 7 mars (Lyon), Salon Autonome du 13 au 15 avril (Paris), Salon Handica du 9 au 10 juin (Lyon)

**La promotion des offres tourisme adapté** en lien avec les 5 thématiques régionales (Itinérance, Pleine nature/ Outdoor, Montagne, Bien-être thermal, Tourisme gourmand).

**Le déploiement de la charte H+** Destination Tourisme et la valorisation de territoires pilotes en lien avec la mission Handicap du Conseil Régional

**Accueils de blogueurs spécialisés** sur des territoires, véritables destinations accessibles. Les territoires devront proposer de l'hébergement mais aussi des offres d'activités et de visites accessibles.

**Dispositif digital** décliné tout au long de l'année afin de valoriser les offres handi-bienveillantes. Possibilité de posts sponsorisés (participation financière à prévoir).

# MARQUES ET LABELS

## VILLES ET VILLAGES FLEURIS



### CONTACT

Murielle Pieczanowsky,

✉ [mpieczanowsky@auvergnerhonealpestourisme.com](mailto:mpieczanowsky@auvergnerhonealpestourisme.com)

☎ 06 24 38 53 14

## OBJECTIFS

**Améliorer l'accueil des habitants et des visiteurs** grâce au déploiement du label Villes et Villages Fleuris en Auvergne-Rhône-Alpes.

**Maintenir au travers des visites de contrôle**, un réseau de communes engagées dans une démarche exemplaire durable.

**Développer une promotion**, notamment via des campagnes digitales, des communes labellisées.

### Animation du jury régional

**Attribution et contrôle des communes** labellisées 1 fleur, 2 fleurs, 3 fleurs en Auvergne-Rhône-Alpes.

**Etude d'impact de la labellisation** sur les visiteurs.

- **Phase 1 (2019)** : Panorama des

## ENJEUX

**Animer et fédérer le réseau des communes** labellisées et du Jury régional.

**Travail en collaboration** avec les référents départementaux.

**Favoriser un tourisme nature**, durable et bienveillant en lien avec les critères nationaux du Label.

**Faire le lien avec d'autres labels** partageant des valeurs similaires ex : Plus Beaux Villages de France, Petites Cités de Caractères, etc.

communes labellisées en Auvergne-Rhône-Alpes avec l'intérêt et l'impact du label Villes et Villages Fleuris pour les communes. Résultats disponibles.

- **Phase 2 (2020)** : étude profil et satisfaction clientèle.

**Dispositif digital** décliné tout au long de l'année.

# LA PLACE DE MARCHÉ

## E-COMMERCE

### CONTACT

Aurore Rodde,

✉ [a.rodde@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:a.rodde@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

☎ 06 07 66 15 08

## ENJEUX

**Concourir à valoriser l'économie locale** en facilitant le parcours clients pour ses actes d'achat sur les sites internet de destinations, en partenariat avec les territoires.

**Stimuler le chiffre d'affaire** sur les sites des prestataires, ainsi que sur les sites de destinations engagées dans la démarche.

**Accompagner les professionnels** à mieux appréhender les nouvelles formes de commercialisation

**Sensibiliser le maximum de prestataires** à la réservation en ligne et à la commercialisation.

## STRATEGIE

**Faciliter la relation de l'information** avec la réservation en temps réel, par la mise en place d'outils de gestion compatibles avec la Place de marché régionale.

Proposer aux partenaires un accompagnement spécifique pour **homogénéiser l'utilisation de leurs outils de gestion des ventes.**

**Accompagner les professionnels** dans l'émergence des nouvelles technologies et à la maîtrise de leur commercialisation, en animant le réseau des acteurs.

# Promotion

Intrarégionale

Stimulation des ventes

Relance à l'international

Marchés internationaux

Actions multi-marchés

Promotion internationale Europe

GRANDE-BRETAGNE - ALLEMAGNE -  
BELGIQUE - PAYS-BAS - SUISSE -

long-courriers

AMERIQUES - RUSSIE - CHINE - JAPON-COREE -  
PROCHE ET MOYEN ORIENT - INDE - BRESIL



# PROMOTION INTRAREGIONALE

## CONTACT

Sophie Lemoine,

✉ s.lemoine@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 07 24 72

Les actions menées dans le cadre de la promotion intrarégionale viennent compléter les dispositifs affinitaires menés par nos équipes thématiques. Elles peuvent porter sur un enjeu spécifique ou être multithématiques.

## OBJECTIF

**Stimuler la consommation** des habitants de la région Auvergne-Rhône-Alpes.

## STRATEGIE

**Suggérer des idées d'activités, hébergements, restauration** le temps d'un WE, ou de vacances, leur

**faire découvrir d'autres aspects de la région**, des pépites et les faire sortir de leurs sentiers battus.

Cette stratégie s'inscrit dans la logique de tourisme durable et bienveillant.

## CIBLES

Habitants de la région Auvergne-Rhône-Alpes: Familles, couples, groupes (selon les offres).

### Participation financière :

1 850 € pour une banque avec visuels personnalisés, communication sur le salon etc...

### Communication Presse

**Sur le salon Mahana :** Organisation d'une conférence de presse. Des relations presses sont par ailleurs menées par le pôle presse pour promouvoir les destinations en intrarégional.

### Salons et événements

**Salon Mahana** - Dates : 5 au 7 mars 2021  
- Halle Tony Garnier - Lyon - Participation au salon Mahana sur le stand Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme mutualisé avec plusieurs partenaires. Un espace de 100 m<sup>2</sup> sur un emplacement privilégié, à l'entrée du salon et au cœur du village Auvergne-Rhône-Alpes

**Nombre de partenaires :**

24 (sites touristiques et territoires).

### Stratégie digitale

En complément des actions menées par les équipes thématiques et digitales, des actions spécifiques sont menées sur la cible intrarégionale.

**Objectif :** donner des idées de week-ends et séjours aux habitants de la région (activités, hébergement, restauration) selon les périodes.

### Posts Week-Ends boostés géolocalisés

(page facebook Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme - plus de 700 000 fans).

**Période :** Toute l'année, chaque semaine le jeudi. 52 posts / an.

**Descriptif :** 1 post d'idées d'activités sur 1 destination ou 1 territoire (outdoor, montagne hiver, culture, tourisme gourmand, festivals...) + 1 offre d'hébergement + 1 offre de restauration. Ces posts sont géolocalisés (max 150 km du lieu) et boostés.

**Nombre de partenaires :** 1 par WE.

**Financement :** Ces actions sont financées par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme mais chaque acteur peut ajouter une participation financière (100 €/200 €) pour augmenter la portée de son post.

### Campagnes sponsorisées sur Facebook (en synergie avec les actions et campagnes media menées sur 2021 par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme)

Le rythme et les thèmes des campagnes sponsorisées seront définis en cohérence avec les prises de parole media et thématiques, qui seront menées en 2021.

Chaque partenaire aura la possibilité de se positionner financièrement sur ces campagnes.

### Opération Very Important Fans

Opération à destination de nos fans de type vente privé sur la page Facebook Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

Nombre de partenaires : 12 (1 /mois).

Participation : proposer une offre tarifaire majeure (réduction, 1 acheté = 1 offert, etc...).

### BOOSTER LA CONSOMMATION INTRAREGIONALE

Déploiement d'un dispositif mettant en avant des offres marchandes et non marchandes, Loisirs et Culture (dans un premier temps) auprès de la clientèle intrarégionale.

Des offres en adéquation avec la vision pour un tourisme bienveillant: durables, respectueuses de l'environnement, en faveur d'un tourisme de proximité de la consommation locale et en s'appuyant sur les transports doux ou en commun.

**Objectif :** Recruter de nouveaux clients régionaux en recherche d'un nouveau tourisme plus en phase avec leurs valeurs et leur choix de vie.

**Lancement :** janvier 2021

**Votre participation :** Identifier et proposer des offres qui s'inscrivent dans cette démarche de tourisme durable.



# LA STIMULATION DES VENTES



## ACTIONS BTOB

### Agences de voyages France :

**Campagnes inspirationnelles**, séjours et packages régionaux en partenariat avec les agences réceptives #partezenfrance avec Tour Mag (juin 2020 - Mai 2021)

Village régional **au Salon IFTM Top Résa** à Paris avec la mobilisation des opérateurs régionaux en recherche de distributeurs en France (novembre)

### Outils BtoB France + Europe :

Création d'une plateforme de vente en ligne spécifique Auvergne-Rhône-Alpes-Tourisme **Getyourgroups** en partenariat avec le voyageur allemand TourenService (juillet 2020)

### OTA, opérateurs de vente en ligne en France et à l'international :

Campagnes de promotion et de conversion « séjours » (automne-hiver)

# MARCHES INTERNATIONAUX

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme agit sur 28 pays cibles, en recentrant ses actions en 2021 sur les marchés européens matures face aux incertitudes sanitaires et dans un contexte de voyages internationaux aléatoire.

Sur les opérations collectives majeures, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure le rôle de coordinateur régional, aux côtés d'Atout France, des Agences Touristiques Départementales et des destinations à vocation internationale.

Sur **les marchés européens, prioritaires en 2021** (Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Grande Bretagne et Suisse) Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme intervient avec une logique de **complémentarité et d'opportunité**,

notamment pour tenir compte de l'intensité de la présence des professionnels régionaux et des opportunités à saisir autour de nouvelles cibles et positionnement forts, **vélo / cyclo, sports de pleine nature, tourisme itinérant, art de vivre à la française** (culture, œnotourisme et gastronomie).

Sur **les marchés hors zone Europe**, tels que l'Asie (dont Proche/Moyen-Orient et Inde), la Russie, les Amériques, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme agit en chef de file régional sur les opérations. L'objectif 2021, ne sera plus la conquête, mais **la consolidation des relations** avec les principaux distributeurs, OTA, compagnies aériennes et médias **et la préparation à la reprise fin 2021/2022.**

## OBJECTIF

**Compte tenu du contexte exceptionnel, une priorité sera donnée aux marchés européens. Les actions seront davantage tournées vers des opérations de stimulation des ventes avec une approche globale et multi-marchés, et moins sur des actions visant à renforcer la notoriété.**

- Une approche tactique visant à activer tous les leviers de croissance possibles et des actions d'opportunité.

- Une stratégie renforcée de marketing digital utilisant les plateformes en ligne à même de toucher un public mature à l'échelle européenne pour relancer les séjours et la consommation (l'e-tourisme représentait 46% de parts de marché en France avant le Covid).

**Les objectifs 2021 sur les longs-courriers :** Maintenir le lien avec les distributeurs historiques, tout en préparant la reprise sur le deuxième semestre 2021 et 2022.

## STRATEGIE

**Promouvoir les offres régionales et stimuler les ventes.**

Séduire les « lifestyle travelers » (visites, découverte, art de vivre, culture) en s'appuyant sur les destinations et produits leaders ou plus insolites. Convaincre la clientèle « affinitaire » (montagne, ski, vélo-cyclo, randonnées, etc.) de l'intérêt de nos offres et destinations d'exception.

**Faciliter la mise en relation** entre les distributeurs, les réceptifs et les vendeurs et déployer des solutions facilitantes pour générer des flux et doper les ventes.

**Stimuler les ventes** sur les marchés matures, par la mise en place d'actions ciblées en lien avec les tour-opérateurs, les organisateurs de séjours et surtout les plateformes de vente en ligne.

**Développer et consolider les liens** business et médias pour nourrir la stratégie de contenu.

**Aide à la production :** Aider les réceptifs à la production de séjours **packagés** à destination des agences de voyages et aider les territoires dans la production..

## CIBLES

Familles, Dinks, Millénials et séniors notamment à travers les profils « lifestyle travelers », « natural lovers » et « outdoor addicts »

# ACTIONS MULTI-MARCHES

Renseignements auprès des chargées de marché (cf pages suivantes).

## Promotion BtoB

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme coordonne la présence régionale sur différents workshops internationaux s'adressant aux professionnels. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure également la mise en place et la coordination des éductours régionaux sur les pré et post-tours en relation avec les bureaux d'Atout France.

**Workshop « Grand Ski » - 26 et 27 janvier 2021 à Chambéry.** Workshop professionnel. Organisation et coordination de l'espace régional. 158 exposants régionaux. 470 tour-opérateurs attendus, représentants 60 pays. Organisation des pré-tours et post-tours dans les stations partenaires de l'opération pour les tours-opérateurs longs courriers.

**Workshop « Rendez-vous en France » - 23 et 24 mars 2021 à Nantes.** Workshop professionnel. Organisation et coordination de l'espace régional. 52 exposants Auvergne-Rhône-Alpes. 900 tour-opérateurs attendus représentants 70 pays. Organisation des pré et post-tours en région pour les tour-opérateurs longs courriers.

**Workshop « Destination Vignobles » - 5 et 6 octobre 2021 à Aix en Provence.** Workshop professionnel spécialisé dans l'oenotourisme et tourisme viti-vinicole. Organisation et coordination de l'espace régional. 160 tour-opérateurs attendus représentants 46 pays. Organisation des pré-tours en région ;

**Workshop « IFTM Top Resa » - Novembre 2021 à Paris.** Workshop professionnel et rencontre annuelle des agents de voyages français. Organisation et coordination de l'espace régional (Montagne, Réceptifs, Hébergeurs et Destinations). 200 exposants, 34 000 visiteurs et 150 conférences.

**Workshop « Green France » - Mai 2021 en Auvergne.** Workshop professionnel, conférences et débats, autour des thématiques de l'outdoor, du slow tourisme et du tourisme durable. Les rendez-vous d'affaires s'adressent aux opérateurs et réceptifs professionnels et tour-opérateurs spécialisés.

**Workshop « Hôtellerie de plein air » - Printemps 2021.** En complément des campagnes digitales européennes et dans le cadre du plan de relance HPA, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise en mars-avril 2021, un premier workshop virtuel dédié aux professionnels du secteur et distributeurs européens.

**Formation et accueil Tour opérateurs, agences réceptives européennes et distributeurs..** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise en 2021, plusieurs sessions de formation en présentiel (tournée de formation) et virtuel (webseminaire) pour présenter les offres régionales auprès de distributeurs internationaux et réceptifs européens. En dehors des pré-tours et post-tours des workshops internationaux, Auvergne Rhône Alpes Tourisme met en place deux accueils de réceptifs internationaux et tour-opérateurs sur la région (printemps et automne).

## Communication/ Marketing Digital

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme met en place et anime différentes campagnes pan-européennes de communication, à travers différents dispositifs digitaux. Les campagnes visent à renforcer la notoriété des destinations régionales et stimuler les ventes. Les cibles sont les millenials, les dinks (couples à deux revenus et sans enfants), résidants dans les principales villes européennes. Le contenu est adapté en fonction de la cible, du marché et de la saison. Les campagnes sont systématiquement couplées avec l'accueil d'influenceurs.

## Campagnes collectives digitales Européennes

« Short et city break sur le printemps » autour des thématiques « outdoor et pleine nature »

« Vacances d'été »

**Campagne collectives digitales spécifiques Hôtellerie de Plein Air** « Printemps et Été », en partenariat avec les Fédérations régionales de l'hôtellerie de plein air et les agences touristiques départementales partenaires.

« Short et city break sur l'automne » autour des thématiques « villes, culture et art de vivre »

« Hiver, montagne et sports d'hiver » en partenariat avec Atout France, France Montagne, Savoie Mont-Blanc Tourisme, Isère Tourisme, EasyJet et différents tour-opérateurs européens.

**Accueil presse et influenceurs.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise tout au long de l'année des accueils d'influenceurs et journalistes. Ces accueils sont organisés autour des thématiques d'excellence (montagne, tourisme urbain, vélo-cyclo,

outdoor, itinérance et art de vivre à la française..) et s'organisent en partenariat avec les destinations et les professionnels concernés.

## Outils de promotion et actions thématiques

Déploiement d'outils propres ou en partenariats des distributeurs internationaux, pour renforcer la notoriété des destinations et stimuler les ventes internationales.

## Le Manuel des ventes,

**Site professionnel,**  
« inauvergnerrhonealpes.com »

**La plateforme BtoB de vente dédiée aux groupes,**  
« auvergne-rhone-alpes-for-groups.com » réalisée Getyourgroups - touren services.

**Workshops professionnels spécialisés.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme lance en 2021 plusieurs workshops virtuels thématiques, afin de mettre en relation les professionnels régionaux avec les principaux distributeurs européens ou les médias spécialisés sur les thématiques d'excellence travaillées (**tourisme urbain, vélo-cyclo, autocaristes, oenotourisme et gastronomie, etc.**). + **accueil**

**Lancement international de la Vallée de la Gastronomie.** Lancement international de la Vallée de la Gastronomie. Dans la continuité du lancement en Grande Bretagne en 2020, deux événements majeurs sont prévus en 2021, sur la Belgique et la Suisse. Par ailleurs, des prises de paroles sont organisées sur le marché allemand, britannique et scandinave, ainsi que l'accueil de journalistes et distributeurs spécialisés sur le printemps et l'automne.

## PROMOTION INTERNATIONALE EUROPE **GRANDE- BRETAGNE**

### CONTACT

Anissa Guenfoud,

✉ a.guenfoud@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 71 52 22 08

## PROMOTION INTERNATIONALE EUROPE **ALLEMAGNE / SUISSE**

### CONTACT

Ophélie Laffuge,

✉ o.laffuge@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 13 83 94 25

### Presse

#### **Workshop Presse « IMM – International Média Marketplace » - Mars 2021 à Londres.**

Principal workshop presse en Grande Bretagne, avec 400 journalistes et influenceurs, 12 000 rendez-vous individuels et 37 destinations françaises. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional en lien avec Atout France et l'organisateur Travmédia.

#### **Workshop Presse « Vallée de la Gastronomie » - Avril 2021.**

Auvergne Rhône Alpes Tourisme met en place un premier workshop virtuel dédié à la presse britannique pour présenter la Vallée de la Gastronomie et les différentes expériences remarquables régionales. Et accueils juin - septembre.

### Communication

#### **Campagnes digitales de stimulation des ventes spécifiques marché britannique.**

Dans le cadre du **Plan de relance France**, Auvergne Rhône Alpes Tourisme en lien avec Atout France s'inscrit dans ce dispositif d'envergure pour stimuler les ventes directes sur le marché britannique. Ce dispositif exceptionnel sera ouvert aux partenaires régionaux sur les campagnes printemps et automne.

### Promotion BtoB et stimulation des ventes

#### **Salon CMT grand public vélo/ randonnée « Fahrrad-& WanderReisen » - 23-25 janvier 2021 à Stuttgart.**

Salon BtoC spécialisé à destination des amateurs de cyclo et randonnée. 40 000 visiteurs et 360 exposants spécialisés. L'espace Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme est ouvert aux partenaires régionaux. L'opération sera complétée par une action sur place à destination de la presse spécialisée.

#### **Workshop RDA Friedrichshafen - Avril 2021,**

Salon professionnel BtoB à destination des grossistes autocaristes allemands et suisses. 6000 visiteurs professionnels, 1100 exposants. L'espace régional Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme en lien avec Get Your Group/ Touren Service est ouvert aux partenaires de type destinations, hébergements et prestataires d'activités.

#### **Workshop professionnel France avec Atout France Allemagne. Automne 2021 :**

toutes thématiques ; Ouvert aux partenaires type destinations, hébergements et prestataires d'activités. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional en lien avec Atout France.

### Communication

#### **Workshop Presse « IMM – International Média Marketplace » IMM Germany, Mars 2021 à Berlin.**

Le principal workshop dédié à la presse toutes thématiques confondues. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale, en lien avec Atout France et l'organisation Travmedia.

#### **Tournée media Atout France**

**Allemagne, printemps 2021.** Tournée médias organisée par Atout France sur plusieurs villes allemandes. Toutes thématiques multi-villes, ouvert aux partenaires type destinations.

### Spécifique

#### **Lancement de la Vallée de la Gastronomie en Suisse. Mars 2021.**

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, et les Comités régionaux du tourisme de la Bourgogne et Provence s'associent pour présenter la Vallée de la Gastronomie à la presse suisse et aux tours-opérateurs spécialisés dans le tourisme « art de vivre, œonotourisme et viti-vini tourisme ». Le lancement sera couplé à des accueils en Juin et Septembre de médias et influenceurs. Cette opération permet d'associer quelques partenaires professionnels.

#### **Campagne digitale de stimulation des ventes de séjours outdoor**

en partenariat avec **Komoot.de, printemps 2021.** Mise en avant de l'offre outdoor régionale sur Komoot.de, leader en planification d'itinéraires vélo/rando en Allemagne et en Suisse ; 13 millions d'utilisateurs ; Ouvert aux partenaires types destinations cyclo/ randonnée et agences réceptives souhaitant valoriser leur offre vélo/randonnée.

#### **Campagne digitale de stimulation des ventes pour l'hébergement de plein air en partenariat avec PiNCAMP.de, printemps 2021.**

Mise en avant de l'offre HPA régionale sur PiNCAMP.de, plateforme de réservation de l'ADAC Camping ; Ouvert aux partenaires types destinations et Hôtellerie de Plein Air.

# PROMOTION INTERNATIONALE EUROPE **BELGIQUE / PAYS BAS**

## CONTACT

Irène Tronchet,

✉ I.Tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 79 14 32 12

### Promotion BtoB et stimulation des ventes

#### Salon BtoB et BtoC « Fiets en Wandelbeurs » - 19 et 20 février 2021

à Utrecht aux Pays Bas. Le plus important salon BtoC européen autour des thématiques randonnée, vélo et cyclotourisme. Couplé aux salons « Bike Motion » et « E-bike Xperience », le salon enregistre plus de 40 000 visiteurs. L'espace régional, coordonné par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme vise à la fois les professionnels et la presse. L'espace est ouvert aux partenaires de type destinations, hébergements, prestataires et réceptifs

### Communication

**Workshop Presse à Bruxelles – 19 janvier 2021.** Organisé par Atout France, le rendez-vous annuel de la presse belge en quête de sujets de voyage en France. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale et permet à quelques destinations, hébergeurs ou prestataires de présenter leurs nouveautés à la presse tourisme néerlandaise.

**Workshop Presse à Amsterdam – 11 février 2021.** Organisé par Atout

France, le rendez vous annuel de la presse néerlandaise en quête de sujets de voyage en France. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale et permet à quelques destinations, hébergeurs ou prestataires de présenter leurs nouveautés à la presse tourisme néerlandaise.

### Spécifique

#### Lancement de la Vallée de la Gastronomie en Belgique. Mars

**2021.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, et les Comités régionaux du tourisme de la Bourgogne et Provence s'associent pour présenter la Vallée de la Gastronomie à la presse belge et aux tour opérateurs spécialisés dans le tourisme « art de vivre, œonotourisme et viti-vini tourisme ». Le lancement sera couplé à des accueils en Juin et Septembre de médias et influenceurs. Cette opération permet d'associer quelques partenaires professionnels.

#### Accueil médias « L'échappée Belge » sur la Via Rhôna – Juin ou Sept 2021.

Cet accueil multi-médias vise les principaux supports presse de la Belgique. L'itinérance à vélo sur la Via Rhôna a été sélectionné pour l'opération 2021. Cette opération est ouverte en partenariat avec les destinations et professionnels concernés.

# PROMOTION LONG-COURRIERS **AMERIQUES –** (ETATS-UNIS, CANADA, BRESIL)

## CONTACT

Corinne Renard,

✉ c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 07 86 51 83 75

*Soumis aux conditions sanitaires exceptionnelles, le plan d'actions sera adapté au contexte et à l'actualité.*

### Promotion BtoB et stimulation des ventes

**Workshop professionnel « Mountain Travel Symposium » - 11 au 17 avril 2021 à Vail, USA.** L'équivalent de Grand Ski en Europe, le MTS est le workshop américain dédié aux tour-opérateurs des Amériques et aux ski clubs nord-américains. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme coordonne la présence des stations et réceptifs régionaux, en lien avec les organisateurs et en vue de relancer le marché pour l'hiver 21/22.

**Workshop professionnel « Exposki » - 14 et 15 septembre à Sao Paulo, Brésil.** Dédié aux voyageurs et agents de voyage brésiliens spécialisés ski. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme coordonne la présence des stations et réceptifs régionaux en lien avec l'organisateur. Des opérations de démarchage et rencontres presse sont couplées à cette opération sud-américaine, en vue de relancer le marché pour l'hiver 21/22.

### Communication

**Campagne digitale de stimulation des ventes « North America – Summer season » - Printemps 2021.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme en partenariat avec Expédia lance une campagne de séduction et de stimulation des ventes sur les cibles seniors des zones urbaines de la côte nord américaine et canadienne. Action ouverte aux destinations internationales et réceptifs.

**Campagne digitale de stimulation des ventes « North America – Winter season » - Automne 2021.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme en partenariat avec Expédia lance une campagne de stimulation des ventes sur les cibles affinitaires « ski / montagne » résidentes en zone urbaine sur la côte Est et privilégiant les séjours ski aux US ou en Autriche. Action ouverte aux stations internationales et réceptifs.

### Spécifique

**Workshop virtuel « Bike Tourism » - printemps 2021,** auprès des professionnels américains et canadiens pour promouvoir les offres vélo, cyclo sportif et cyclo tourisme auprès des cibles spécifiques. Action ouverte aux destinations et réceptifs spécialisés.



# PROMOTION LONG-COURRIERS PROCHE ET MOYEN ORIENT

## CONTACTS

Rachel Gregoris,

✉ r.gregoris@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 87 71 90 41

Corinne Renard, (Israël)

✉ c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 07 86 51 83 75

*Soumis aux conditions sanitaires exceptionnelles, le plan d'actions sera adapté au contexte et à l'actualité.*

## Promotion BtoB et stimulation des ventes

**Démarchage agences réceptives parisiennes** en charge de l'accueil des clientèles du Proche et Moyen Orient. 1<sup>er</sup> semestre 2021. Ce démarchage sera suivi d'une opération **d'accueil et de formation des acheteurs**.

**Webséminaire et formations avec Emirats et Turkish Airlines** et leurs réseaux d'agences (1<sup>er</sup> semestre). Sessions de formation à nos destinations et placement de produits en lien avec les compagnies aériennes.

**Workshop « Marhaba » - 12 au 16 mai 2021 à Dubai.** Organisé par Atout France, Marhaba se déroule sur 2 journées de rendez-vous d'affaires et soirées networking avec les tour opérateurs et agents de voyages du Moyen-Orient. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme coordonne la présence de la délégation régionale sur cette opération.

**Workshop professionnel « France – Israël / Turquie » - Novembre 2021, Tel Aviv et Istanbul.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de la présence régionale en lien avec Atout France pour cette tournée Proche-Orient sur Tel Aviv et Istanbul. Deux journées de workshop avec les distributeurs et une journée de démarchage / formation et rencontres médias.

## Spécifique

**Workshop professionnel « Ski et Montagne Israël » - septembre 2021, Tel Aviv, Israël.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'associe à Atout France Israel pour renforcer la présence des destinations régionales et organiser un rendez-vous avec la presse et les compagnies aériennes.

**Campagne digitale des stimulation des ventes « Ski French Alps » - Automne 2021.** En lien avec une plateforme de vente de séjours en ligne de stations de ski. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination, le pilotage de la campagne et le suivi des performances en lien avec le tour-opérateur partenaire. Cette opération majeure sera couplée avec l'accueil d'influenceurs et de journalistes en décembre 2021.

# PROMOTION LONG-COURRIERS CHINE

## CONTACTS

Rachel Gregoris,

✉ r.gregoris@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 87 71 90 41

*Soumis aux conditions sanitaires exceptionnelles, le plan d'actions sera adapté au contexte et à l'actualité.*

## Promotion BtoB et stimulation des ventes

**Workshop auprès des agences réceptives chinoises parisiennes** spécialisées dans l'accueil des clientèles individuelles (FIT) - Janvier et Février 2021. Cette opération sera couplée à un éducteur des acheteurs, sur la période de printemps en vue de construire les offres commerciales pour 2022.

**Formations agents de voyage et distributeurs** en lien avec les principaux tours-opérateurs chinois, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise des sessions de formation aux produits et destination de la région. Sessions de formation virtuelle et présentielle notamment pour se positionner sur la reprise fin 2021 et 2022. Actions ouvertes aux partenaires montagne et destinations internationales.

## Communication

**Campagne digitale Pan-européenne de relance du marché chinois** - année 2021. Inscrit dans le cadre du plan de relance européen, cette campagne de communication importante, organisée à travers les réseaux sociaux chinois Douyin, Mafenguo, Wechat et Weibo vise à relancer le trafic vers les destinations leaders en Europe, dont Auvergne-Rhône-Alpes. Cette campagne sera couplée avec l'**accueil d'influenceurs et journalistes chinois** sur l'hiver 20/21 et le printemps 2021.

**Communication digitale Wechat et Weibo** sur le compte Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Action ouverte à tous les partenaires régionaux, pour mettre en avant les destinations classiques ou plus insolites, les événements et les produits phares.

## Spécifique

**Représentation permanente.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme met à disposition ses connaissances, ses réseaux sociaux, et surtout son représentant permanent, pour accompagner les destinations, organisations, partenaires et professionnels régionaux, dans leurs actions de prospection et de promotion.

# PROMOTION LONG-COURRIERS JAPON – COREE

## CONTACTS

Rachel Gregoris,

✉ r.gregoris@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 0687719041

*Soumis aux conditions sanitaires exceptionnelles, le plan d'actions sera adapté au contexte et à l'actualité.*

## Promotion BtoB et stimulation des ventes

**Démarchages agences réceptives japonaises et coréennes**, spécialisés dans l'accueil des clientèles individuelles en France et Europe Février-Mars 2021. Cette opération sera couplée à **un éducteur des acheteurs**, sur la période de printemps.

## Workshop professionnel « Sakidori »

- Juin 2021 à Tokyo et Osaka. Le rendez-vous France au Japon et en Corée pour tous les professionnels nationaux. Le workshop est couplé à des **rencontres presse et des sessions de formation des agences** in-house. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme coordonne la présence régionale, en lien avec Atout France et assure la gestion **des démarchages** parallèlement organisé auprès des acheteurs principaux des pays.

## Webinar de formation des destinations

Auvergne-Rhône-Alpes auprès des grandes agences et tour-opérateurs coréens

## Communication

**Campagne digitale de stimulation des ventes** – Automne 2021. En lien avec un Expédia, Atout France et les sites japonais

de vente en ligne, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme activera une première opération de stimulation des ventes auprès des cibles FIT, et plus particulièrement les millenials. Action ouverte aux destinations et réceptifs souhaitant se positionner sur cette cible d'opportunité en pleine croissance.

# PROMOTION LONG-COURRIERS RUSSIE

## CONTACTS

Rachel Gregoris,

✉ r.gregoris@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 0687719041

Isabelle Jamson,

✉ isabelle.jamson@gmail.com

☎ 0630367633

*Soumis aux conditions sanitaires exceptionnelles, le plan d'actions sera adapté au contexte et à l'actualité.*

## Promotion BtoB et stimulation des ventes

**Formation réseaux des agences des tours-opérateurs.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise plusieurs sessions de formation pour les agences dépendante des principaux tours-opérateurs russes. Ces actions sont ouvertes aux partenaires dont les produits sont déjà commercialisés en Russie.

**Opération « French Alps » - sept 2021 à Kiev et Moscou.** Lancement de la saison d'hiver en Russie, auprès des distributeurs, tour-opérateurs, et médias russes et ukrainiens.

2 jours de workshops auprès des prescripteurs de Kiev-Moscou, conférence de presse pour annoncer les nouveautés hiver et accords commerciaux avec les compagnies aériennes et principaux revendeurs.

## Communication

**Accueil medias en stations de ski – Janv 2021.** Invitation de 16 journalistes, pour découvrir les Alpes françaises.

**Campagne digitale de stimulation des ventes « French Alps » hiver 2021-2022** avec les tour opérateurs partenaires. Action ouverte aux stations internationales souhaitant se positionner sur ce marché. (septembre à décembre 2021).

# PROMOTION LONG-COURRIERS INDE

## CONTACTS

Barbara Breheret,

✉ b.breheret@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 0611228163

*Soumis aux conditions sanitaires exceptionnelles, le plan d'actions sera adapté au contexte et à l'actualité.*

## Promotion BtoB et stimulation des ventes

**Démarchages agences réceptives européennes** indiennes, spécialisées dans l'accueil des clientèles individuelles (FIT) en France et Europe (Grande Bretagne et

Allemagne) Printemps 2021. Cette opération sera couplée à **un éducteur des acheteurs** (tour opérateurs, agences réceptives, Rail Europe...), sur la période de printemps.

## Workshop professionnel « France » - Octobre 2021, en Inde.

Organisé par Atout France India, le workshop France vise à mettre en relation des professionnels français avec les acheteurs des tours opérateurs indiens en vue de la reprise d'activités fin 2021 et 2022. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale et met en œuvre des **opérations médias et démarchage** en parallèle sur Bombay et Delhi.

## Communication

**Rencontre avec la presse indienne en Europe.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme souhaite stimuler le marché de la communauté indienne résidente en Europe, à travers une prise de parole opportuniste via les médias spécialisés (TV, print et digital)

## Campagne de stimulation des ventes – printemps 2021.

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme propose une campagne de stimulation des ventes avec un tour-opérateur leader pour promouvoir les séjours et offres commerciales spécifiques. Cette campagne sera co-financée par le Tour opérateur, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et les partenaires associés.

## Spécifique

**Représentation permanente sur le marché indien.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme met à disposition ses connaissances, ses réseaux sociaux, et surtout sa représentante spécialiste du marché et parlant l'hindi, pour accompagner les destinations, organisations, partenaires et professionnels régionaux, dans leurs actions de prospection et de promotion.

## LES RESSOURCES TRANSVERSALES

### – MARKETING DIGITAL

**Aurélie Devif,**

✉ a.devif@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 76 81 57 79

### – COMMUNICATION CORPORATE / PRESSE / EDITIONS

**Séverine André,**

✉ s.andre@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 03 52 38

### – PROJETS COLLABORATIFS AUTOUR DE LA DATA / APIDAE

#### Les missions :

- Déploiement des nouveaux projets collaboratifs à partir de la donnée touristique.
- Pilotage des projets de développement transversaux s'appuyant sur les ressources d'Apidae Tourisme et interface client pour Apidae Tourisme.
- Contribution à l'évolution de nos pratiques et de notre modèle économique visant à l'évolution de notre organisation vers une plateforme collaborative.

**Camille Ract,**

✉ c.ract@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 07 53 86 28

L'organigramme complet d'Auvergne-Rhône-Alpes  
Tourisme est disponible en ligne sur  
[pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com](http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com)



## Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

### – LYON

11 bis Quai Perrache  
69002 Lyon,  
France

### – CLERMONT-FERRAND

59 boulevard Léon Jouhaux  
CS 90706  
63050 Clermont-Ferrand Cedex,  
France

### – SUIVEZ-NOUS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

 TOURISME PRO EN AUVERGNE-RHONE-ALPES

 TourismePros

 Page entreprise Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

### – PHOTOTHEQUE EN LIGNE

[phototheque.auvergnerhonealpes-tourisme.com/](http://phototheque.auvergnerhonealpes-tourisme.com/)

### – SITE À DESTINATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

[pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com](http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com)

### – SITE À DESTINATION DES PRESCRIPTEURS ET DE LA PRESSE

[inauvergnerhonealpes.com](http://inauvergnerhonealpes.com)

### – SITE GRAND PUBLIC

[auvergnerhonealpes-tourisme.com](http://auvergnerhonealpes-tourisme.com)