

Les Rhônalpins mis à l'honneur



## Dossier de presse

5 septembre 2011

# Sommaire

	<i>Page</i>
<b>Communiqué de synthèse</b>	2
<b>Bienvenue chez vous</b>	
Tous ambassadeurs de Rhône-Alpes	3
<b>Les coulisses</b>	4
Le dispositif	
Déroulement & planning	
<b>De la destination touristique à la destination média</b>	6
Un site web dédié	
Une web TV dédiée	
Un impact démultiplié...	
Une mobilisation des réseaux sociaux	
Synergie & Interactions entre nos plateformes de promotion, le Web 2.0 et les TV locales	
<b>Intervenants prestataires extérieurs sur l'opération</b>	13
<b>Contacts presse</b>	14

# Communiqué de synthèse



## Coups de cœur de Rhônalpins, spots de demain

Mise en place à partir de 2006, la stratégie d'information de Rhône-Alpes Tourisme monte régulièrement en puissance en s'appropriant les multiples innovations permises par les technologies les plus récentes pour évoluer vers une stratégie d'influence. C'est la première fois qu'une institution développe une stratégie d'influence à une telle échelle utilisant le social média avec pour objectif la valorisation du tourisme de proximité (faire des Rhônalpins des ambassadeurs de leur territoire).

Pour séduire les touristes, il faut rendre la destination attrayante, montrer les multiples facettes de son environnement, de ses paysages, mettre en avant ses hommes.

C'est le dernier challenge lancé par Rhône-Alpes Tourisme qui, dans le cadre du programme européen de coopération transfrontalière STRATTOUR ALCOTRA entre la France et l'Italie, vise les internautes Rhônalpins pour promouvoir Rhône-Alpes toute l'année.

Le dispositif mis en place vise un double objectif : la dessaisonalisation et le tourisme de proximité. « Bienvenue chez vous » doit pouvoir permettre de favoriser les retombées économiques et médiatiques sur l'ensemble des territoires de Rhône-Alpes et contribuer ainsi au développement d'un tourisme durable.

La parole est aux Rhônalpins qui, en proposant à Rhône-Alpes Tourisme leur coup de cœur touristique, se muent en ambassadeurs.

Trente ambassadeurs sont recrutés pour 2011, 52 pour 2012, 52 pour 2013 avec l'objectif d'inciter les Rhônalpins à plus consommer leur région toute l'année. A la clef pour les super-ambassadeurs élus un reportage diffusé sur le nouveau site web dédié « Bienvenue chez vous », relayé sur les TV locales et réseaux sociaux ainsi qu'un voyage VIP en Rhône-Alpes.

Cette nouvelle étape est franchie grâce à tous les outils mis en place par Rhône-Alpes Tourisme depuis 2006 : RhoneAlpes.tv avec son bouquet de chaînes désormais connectées aux réseaux sociaux, l'information mobile, le développement du réseau SITRA, sans oublier les divers contenus éditoriaux.

# Bienvenue chez vous

## Tous ambassadeurs de Rhône-Alpes

### Le Projet global

Dans le cadre du programme européen de coopération transfrontalière Strattour/Alcotra, auquel elle participe avec PACA, le Val d'Aoste, le Piémont et la Ligurie, la Région Rhône-Alpes a confié à Rhône-Alpes Tourisme la réalisation d'un projet stratégique visant à lutter contre les effets néfastes de la saisonnalité, l'objectif étant de favoriser le développement d'un tourisme durable tout au long de l'année. Rhône-Alpes Tourisme a donc travaillé à la mise en place du concept « Bienvenue chez vous – Tous ambassadeurs de Rhône-Alpes » qui veut inciter les Rhônalpins à pratiquer le tourisme de proximité tout au long de l'année.

Les objectifs généraux du programme Strattour/Alcotra sont de développer une vision commune et stratégique de l'observation touristique et des projets Tourisme développés.

Un double enjeu se dessine : favoriser une meilleure répartition des flux touristiques dans le temps et dans l'espace à travers une meilleure ingénierie en matière de dessaisonalisation, et la mise en œuvre d'actions concrètes de promotion touristique auprès des habitants en hors saison. Il s'agit de minimiser les impacts de la saisonnalité sur l'emploi touristique à travers une meilleure coordination/information des saisonniers (questions saisons) et employeurs en développant l'offre et la fréquentation sur l'année.

La Région a délégué le volet promotion/communication à Rhône-Alpes Tourisme et le volet observation à l'Observatoire Régional du Tourisme. « Bienvenue chez vous » consiste à faire en sorte que les Rhônalpins soient de plus en plus nombreux à consommer leur région toute l'année. Pour les mobiliser, nous allons nous appuyer sur la TV et les réseaux sociaux. Nous allons recruter des ambassadeurs via ces réseaux. La première saison, de septembre à décembre 2011, ce seront majoritairement des « influenceurs » du Web, qu'ils soient blogueurs ou leaders d'opinion. Ils évoqueront leur coup de cœur touristique. Une équipe TV viendra tourner un sujet d'une minute à une minute trente chez eux afin de valoriser leur « coup de cœur ».

Ces sujets seront diffusés sur Rhonealpes.tv, Facebook, Youtube et les télévisions locales. Chaque « influenceur » devra mobiliser un maximum de supporters afin qu'ils votent en sa faveur, un super ambassadeur étant élu en fin d'année avec un voyage VIP en Rhône-Alpes à la clef.

L'opération s'inscrit sur une durée de 3 ans (jusqu'à fin 2013). Le nombre d'ambassadeurs passera d'une trentaine en 2011 à 52 chacune des deux années suivantes. Rhône-Alpes Tourisme se fait accompagner par Conversationnel pour la partie réseaux sociaux et Wemotion pour la production audiovisuelle.

# Les coulisses

Un projet mené en partenariat avec les régions Rhône-Alpes et PACA pour la France ; Piémont, Ligurie et Vallée d'Aoste pour l'Italie.

→Et qui s'étend sur les territoires :  
De Savoie, Haute-Savoie, l'Isère, la Drôme et l'Ain.

Objectif

Mobiliser un maximum de Rhônalpins pour la promotion de leur territoire toute l'année et encourager le tourisme de proximité.

Ce dispositif s'appuie sur les fondements de la stratégie de Rhône-Alpes Tourisme. Celle-ci s'articule autour de notions fortes :

QUALITE DE L'EXPERIENCE : Qualité Rhône-Alpes - Partage  
TOURISME DE PROXIMITE : Placer les Rhônalpins au cœur de la dynamique  
INNOVATION : Etre présent sur les nouveaux médias d'information

- « Bienvenue chez vous » est l'occasion de donner un nouvel essor à la stratégie d'influence utilisant le social media avec pour objectifs la qualité d'expériences, le tourisme de proximité et les Rhônalpins au cœur de la dynamique touristique.
- La qualité de l'expérience : qui mieux que des Rhônalpins peuvent parler des « expériences Rhône-Alpes » qui déclencheront chez le futur touriste l'envie irrésistible de partager ces émotions ?
  - La qualité d'expérience, c'est mille et une idées
  - La qualité d'expérience, c'est mille et un détails
  - La qualité d'expérience, c'est mille et un souvenirs et potentiellement des millions de témoignages sur les réseaux sociaux.

*« J'ai découvert Annecy cette année en tant qu'étudiant. Et pour moi qui aime le sport dans des grands environnements c'est top. Entre les stations à une demi-heure de la ville l'hiver, le mont Veyrier et le Semnoz pour le vélo, je suis servi. Le lieu est juste magique, t'as l'impression d'être un peu déconnecté du reste. La ville est petite et peu animé l'hiver mais quand le printemps arrive avec les festivals, ça change complètement ».*

- Le tourisme de proximité : « Bienvenue chez vous » va promouvoir via les ambassadeurs le tourisme de proximité ainsi que la connaissance mutuelle des profils des clientèles interrégionales et l'impact des clientèles de proximité (par le biais de l'observatoire du tourisme).

Faire des habitants les ambassadeurs de leur territoire pour rapprocher la destination de ses clients.....Et faire de ses clients des prescripteurs de son territoire.

## Le dispositif

Le recrutement et les inscriptions des candidats Rhônalpins s'effectuent via le site *Bienvenue chez vous* (page 7), avec un message principal : Partagez votre « coup de cœur touristique », passez à la TV et gagnez un voyage d'exception en Rhône-Alpes d'une valeur de 5000 €.

Les candidats proposent leurs candidatures et relatent leur expérience dans un lieu d'intérêt Rhônalpin, ainsi que les raisons de ce coup de cœur. Un clip vidéo est alors réalisé pour chaque internaute sélectionné, qui devient alors ambassadeur.

*« Niché au cœur de l'Ardèche, j'ai choisi ce village pour la beauté du lieu, son architecture qui remonte probablement aux temps des Celtes, mais également parce qu'on y trouve un restaurant très gourmand "l'Ormeau" qui propose des menus élaborés avec des produits locaux de qualité (un vrai délice : le menu autour de la châtaigne !) » explique Céline en parlant du village de caractère de Chalencon, lieu de villégiature où se rendait régulièrement la jeune femme étant enfant.*

En fin d'année, le super-ambassadeur, vainqueur du voyage VIP est élu au nombre de votes qu'il aura récoltés.

## Déroulement & planning

LA 1<sup>ère</sup> SAISON – du 5 septembre 22 décembre 2011 - se déroule d'une façon un peu particulière, son objectif étant essentiellement de faire parler de l'opération et de donner envie aux Rhônalpins de participer. C'est pourquoi les ambassadeurs de cette saison seront des personnes 'influentes' de la région (journalistes, bloggeurs,...), qui ont été 'recrutées' spécialement pour présenter leur coup de cœur (pas de candidature ni de casting donc).

Au total, 30 ambassadeurs seront diffusés sur cette session :

- 28 ambassadeurs participants à l'opération, soit 2 mini-reportages par semaine
- 2 ambassadeurs « bonus » hors concours (participants VIP)

SAISONS SUIVANTES - 2012 et 2013 - même schéma pour chacune :

En amont de l'ouverture de la saison, les candidats inscrits sur le site *Bienvenue chez vous*, ont fait l'objet d'une sélection, dont les gagnants ont été filmés pour présenter leur coup de cœur. Cette deuxième session se veut résolument ouverte à tous, hors des discours convenus. Il s'agit de donner la parole aux Rhônalpins, au cœur de la dynamique touristique.

Dans un contexte de recrudescence du tourisme de proximité, le marché intra régional représente 23% des nuitées françaises.
---

L'animation d'une communauté en ligne, une stratégie pertinente.

Faire des habitants les ambassadeurs de leur territoire, pour rapprocher la destination de ses clients, et faire de ses clients des prescripteurs de son territoire.

Au total 3 « Saisons TV » : 2011 (septembre/décembre) – années 2012 et 2013

Et 3 « Supers Ambassadeurs » élus par la mobilisation des réseaux.

# De la destination touristique à la destination média

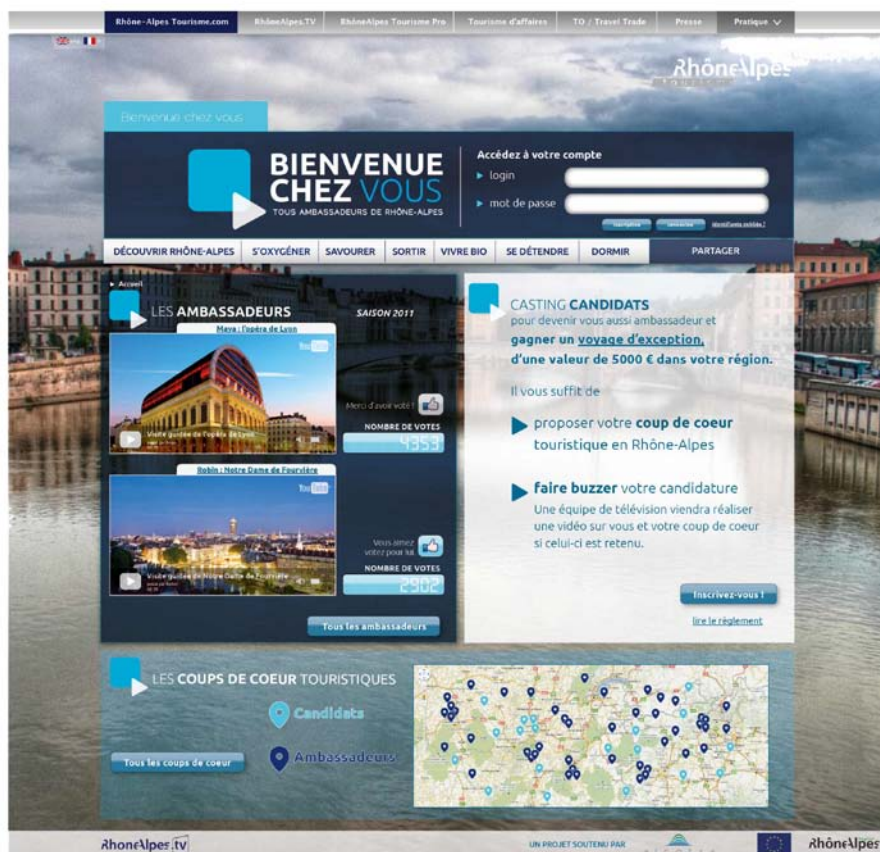
## Les outils

- Un site web dédié
- Une web TV dédiée
- Une production audiovisuelle multi-diffusée vers le web et les TV locales
- Utilisation des réseaux sociaux → Facebook, Twitter, You Tube,...





## Un site Web dédié



Deux espaces : une partie réservée aux postulants désireux de transmettre leur coup de cœur Rhônalpin, une deuxième partie réservée aux ambassadeurs élus. Les internautes peuvent buzzer pour soutenir une candidature et appeler leurs contacts à suivre le mouvement en utilisant les réseaux sociaux et le partage des contenus web.

Les ambassadeurs reçoivent quant à eux les votes leurs permettant de remporter le séjour VIP mis en jeu.

Une carte permet de localiser précisément où se situe chaque coups de cœur.





## Une web TV dédiée

Diffusion des clips – TV locales et web TV – et ouverture simultanée des votes aux internautes. Cette chaîne est déclinée en italien (sans option de vote).

VERSIONE ITALIANA | RETOUR AU BOUQUET

RhôneAlpes.tv

BIENVENUE CHEZ VOUS  
TOUS AMBASSADEURS DE RHÔNE-ALPES



ANNECY  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.  
PLUS D'INFOS

PLEIN ECRAN  
AJOUTER À MA SÉLECTION  
VOTER POUR CETTE VIDEO

LES AMBASSADEURS →

LES COUPS DE COEUR

- Ain
- Ardèche
- Drôme
- Isère
- Loire
- Rhône
- Savoie
- Haute-Savoie

VOIR LES VIDÉOS SUR LA CARTE

rechercher... ok

MA SÉLECTION (16)


alcootra RhôneAlpes

© 2011 RHONEALPES.TV | CREDITS - MENTIONS LEGALES | PARTENAIRES | RhôneAlpes.tv

VERSIONE ITALIANA | RETOUR AU BOUQUET

RhôneAlpes.tv

BIENVENUE CHEZ VOUS  
TOUS AMBASSADEURS DE RHÔNE-ALPES



FERMER ✕

Cordes en balade - 2'25'  
Jusqu'au 17 juillet 2011, retrouvez le festival Cordes en Balade en Ardèche sous la direction artistique du Quatuor Debussy.

alcootra RhôneAlpes

© 2011 RHONEALPES.TV | CREDITS - MENTIONS LEGALES | PARTENAIRES | RhôneAlpes.tv

## Un impact démultiplié...

### Une production audiovisuelle multi-diffusée vers le web et les TV locales

Diffusion hebdomadaire puissante vers : 4 TV Locales de Rhône-Alpes : TLM, TL7, TV8 Mont Blanc, télé Grenoble (avec, sur l'ensemble de ces chaînes, une audience approximative de 1 205 000 téléspectateurs par semaine), les WebTV, les réseaux sociaux et un accès possible depuis les sites de Rhône-Alpes Tourisme grand public et professionnel.



The image shows a promotional banner for RhôneAlpes.tv. At the top left is the logo 'RhôneAlpes.tv' with a small TV icon. Below it, the text reads 'le bouquet des chaînes thématiques de Rhône-Alpes'. The main part of the banner features six thematic channels, each with a representative image and a label: 'VOYAGE' (city lights), 'SPORT' (ski racers), 'CULTURE' (concert), 'MONTAGNE' (mountain landscape), 'SHANGHAI 2010' (city skyline), and 'BIENVENUE CHEZ VOUS' (speech bubble icon). At the bottom, there is a row of partner logos including TLM, télé Grenoble, TL7, tv Mont Blanc, TV, capcanal, generatv, and Arrêt INFO 1072.



## Une mobilisation des réseaux sociaux :

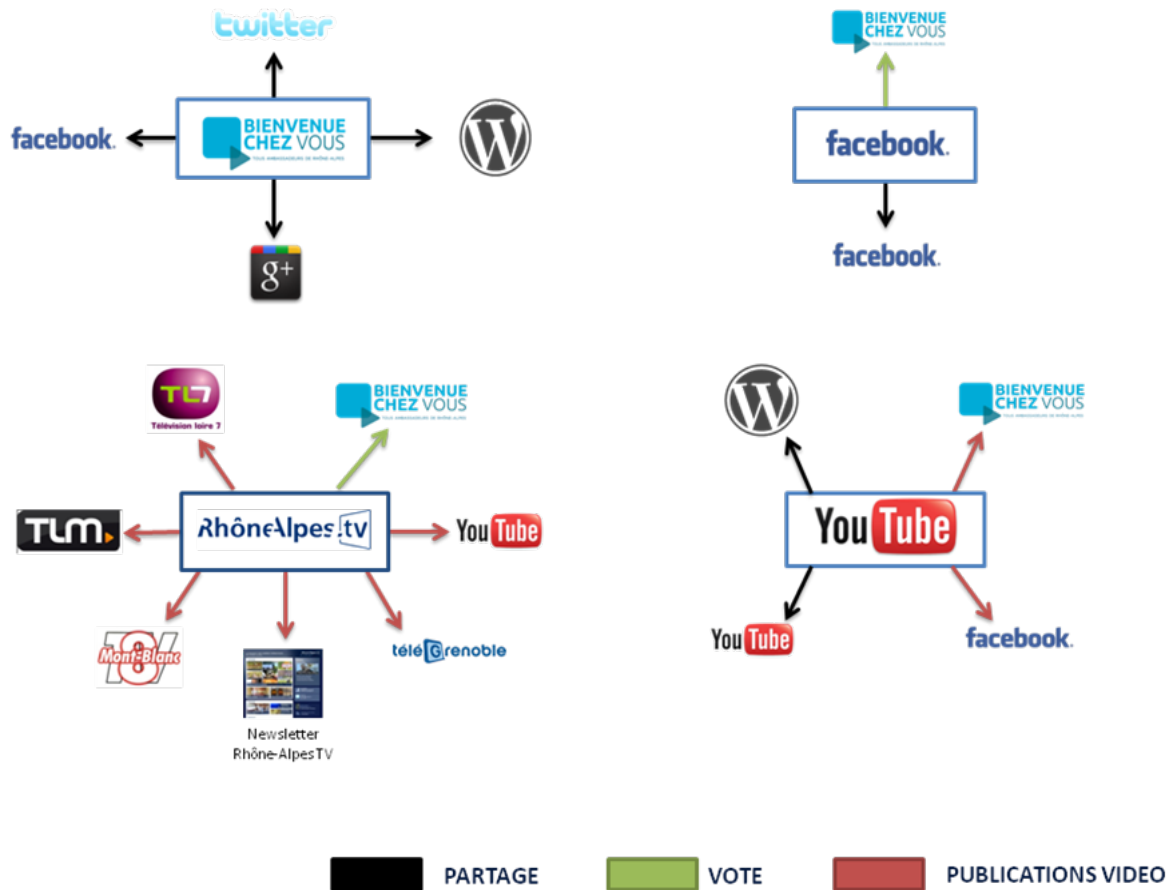
Facebook, Twitter, etc...pour le recrutement des candidats ambassadeurs et promouvoir le projet.

The image shows a Facebook page for 'Rhône-Alpes Tourisme Ambassadeurs'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links: 'Accueil', 'Profil', 'Rechercher des amis', and 'Compte'. The main content area is titled 'Rhône-Alpes Tourisme Ambassadeurs' and features a banner for 'BIENVENUE CHEZ VOUS' and 'VOTEZ POUR L'AMBASSEUR DE LA SEMAINE !'. Below this, there are two video thumbnails for 'LES AMBASSEURS DE LA SEMAINE' (5 au 12 septembre), featuring 'Maya : l'Opéra de Lyon' and 'Robin : Cathédrale de Fourvière'. The right sidebar shows 'Administrateurs (12)', 'Utiliser Facebook en tant que Rhône-Alpes Tourisme', 'Notifications (11)', 'Promouvoir avec une publicité', 'Afficher les statistiques', 'Invitez vos amis', 'Vous et Rhône-Alpes Tourisme', 'Astuces', and 'Exemple de publicité ...'. The bottom of the page includes logos for Rhône-Alpes.tv, UN PROJET SOUTENU PAR alicotra, and Rhône-Alpes.

Page de redirection vers les portraits des ambassadeurs.



## Synergie & Interactions entre nos plateformes de promotion, le Web 2.0 et les TV locales.



# Intervenants prestataires extérieurs sur l'opération :

« Bienvenue chez vous » est une stratégie innovante qui fait appel à de nouvelles compétences. Rhône-Alpes Tourisme s'est dirigé vers ces intervenants afin d'être présent sur ces nouveaux métiers et ces nouveaux médias de l'information.

L'agence CONVERSATIONNEL assure le recrutement des ambassadeurs et l'animation des communautés.

- " *Bienvenue chez vous est un projet participatif de grande ampleur, qui s'appuie sur un élément clé de la communication de Rhône Alpes : la télévision. Fort des succès des différentes web tv de Rhône-Alpes Tourisme ces dernières années, cette opération qui durera plus de 3 ans, marque un nouveau tournant dans cette stratégie digitale : mettre au cœur du dispositif les internautes eux-mêmes en les faisant participer à la ligne éditoriale de Rhône-Alpes Tourisme. C'est un véritable projet de Co-création que Rhône-Alpes Tourisme lance aujourd'hui*" déclare Robin COULET Directeur associé, Conversationnel.

L'agence WEMOTION : Geoffroy DARDENNE et Julien GRANGE ont allié leurs savoirs pour réaliser les 134 clips « Ambassadeurs », reportages de 1'30 mettant en scène les ambassadeurs du territoire et leurs expériences touristiques « coup de cœur » (WEMOTION est également en charge du doublage italien d'une partie des vidéos).

- « *Je m'occupe principalement de l'organisation des tournages et de l'aspect technique de ce projet qui me tient particulièrement à cœur !* » Julien Grange, savoyard installé à Lyon et travaillant depuis 5 ans avec les différents acteurs touristiques en Rhône-Alpes au sein de Beegoo, un studio de création polyvalent.  
[www.beegoo.fr](http://www.beegoo.fr)
- « *Après 5 ans passés dans les bivouacs des plus beaux spots d'escalades du monde, j'ai réalisé que jamais je ne pourrais plus me passer de ces rencontres, de ces moments de partage intense, de ces lumières. Ca fait 10 ans maintenant que je réalise mes propres vidéos et c'est toujours cette passion pour la rencontre avec l'autre qui m'anime. "Bienvenue chez vous" est la suite logique de mon travail. Quand j'ai entendu parler du projet, j'ai tout de suite voulu y participer.... Et aujourd'hui, je suis très content d'être de l'aventure et d'avoir la chance de découvrir cette région au travers le regard des gens qui y vivent* » Geoffroy Dardenne.  
[http://web.me.com/geoffroy\\_dardenne/images/home.html](http://web.me.com/geoffroy_dardenne/images/home.html)

Enfin, AGENCE INTERACTIVE nous accompagne depuis le début de l'aventure Rhône-Alpes TV, en créant notamment le bouquet de chaînes de la Web TV. L'agence est en charge des 2 web TVs aux couleurs de « Bienvenue chez vous » pour une diffusion en français et en italien.

## **Contacts :**

**Rhône-Alpes Tourisme**

### **• Dossiers Ambassadeurs**

**Valérie BACQUENOIS :**

*Production Web TV*

Tél. 04 26 73 31 41

[Valerie.Bacquenois@rhonealpes-tourisme.com](mailto:Valerie.Bacquenois@rhonealpes-tourisme.com)

**Pierre ANGONIN :**

*Webmaster éditorial*

Tél : 04 26 73 32 63

[pierre.angonin@rhonealpes-tourisme.com](mailto:pierre.angonin@rhonealpes-tourisme.com)

### **• Presse**

**Christine MARCHETTI**

*Presse régionale*

Tél. 04 72 59 21 52

[christine.marchetti@rhonealpes-tourisme.com](mailto:christine.marchetti@rhonealpes-tourisme.com)

**Julie GEOFFROY**

**Remplacement de Raphaëlle NICAISE**

*Presse nationale*

Tél. 04 72 59 21 84

[raphaëlle.nicaise@rhonealpes-tourisme.com](mailto:raphaëlle.nicaise@rhonealpes-tourisme.com)