

# PLAN D' ACTIONS MARKETING 2018

---

## Focus THÉMATIQUES



# SOMMAIRE

▶ THÉMATIQUE OUTDOOR : ITINÉRANCE/PLEINE NATURE .....	3
▶ THÉMATIQUE MONTAGNE .....	23
▶ THÉMATIQUE ART DE VIVRE : SITES EMBLÉMATIQUES & CULTURE .....	29
▶ THÉMATIQUE ART DE VIVRE : TOURISME GOURMAND .....	32
▶ THÉMATIQUE BIEN-ÊTRE THERMAL .....	38
▶ HÉBERGEMENT .....	44
▶ MODALITÉS DE PRISE EN CHARGE DES ACCUEILS .....	47
▶ FORMULAIRE D'ENGAGEMENT PARTENAIRE .....	48

# THÉMATIQUE OUTDOOR :

## ITINÉRANCE/PLEINE NATURE

---

RETOUR AU  
SOMMAIRE

Pour plus d'informations sur le plan d'action itinérance et pleine nature,  
vous pouvez contacter :

Cédric CORRE

[c.corre@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:c.corre@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 73 29 49 35

Pour vous inscrire aux actions ouvertes aux partenaires, complétez et envoyez  
par mail le « formulaire d'engagement partenaire » à la personne en charge  
de l'action

# 4 ENJEUX PRIORITAIRES

**L'itinérance et les sports et loisirs de nature sont une vraie composante de l'offre touristique d'un territoire**

- **Favoriser l'attractivité** régionale par le développement d'offres innovantes et qualitatives
- Permettre ainsi aux clients **d'expérimenter** la destination dans les meilleures conditions (lien offre / attentes clientèles ciblées)
- Constituer et **animer** un réseau de destinations touristiques et de spots de pratique dédiés aux sports et loisirs de nature, et favoriser sa montée en **compétence**
- Générer davantage de **retombées économiques** sur les territoires soutenus

# 2 AXES DE TRAVAIL « BACK OFFICE »

## 1. Mission de conseil, de structuration et de qualification de l'offre

- **Renouvellement** de notre « **boite à outils** » : enquêtes prospects et clientèles en séjours, état des lieux secteur outdoor en région, veille concurrentielle et prospective, benchmark territorial, outils conseils...
- **Complémentarité à établir avec les partenaires locaux** = co-construction des outils/méthodes de qualification, actions terrain complémentaires (groupes de travail?)
- Lien opérationnel avec la **Direction Tourisme** et les **services du CRT**

## 2. Animation de réseaux

- Organisation de **rencontres annuelles** et **voyage d'études** : thèmes, intervenants et lieux à définir chaque année selon les besoins et attentes
- Travail en lien **avec les partenaires** territoriaux, Fédérations, la grappe d'entreprises outdoor Sport Valley, le pôle de ressources national Sports de nature ...
- **Pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com** = centre de ressources (données actualités ...)



# 2 AXES DE TRAVAIL « FRONT OFFICE »

## 3. Promotion de l'offre sur le marché national et international

### ■ Différenciation en fonction des marchés ciblés

- **Intra régional** : excursions et courts séjours
- **France, Suisse & Belgique francophone** : courts séjours et s
- **Europe** : séjours
- **Longs courriers** : best of



### ■ Digital, images et vidéos en pôle position

- Campagnes réseaux sociaux, webmarketing ...
- Ciblage + réactivité + suivi des retombées



### ■ Prescripteurs affinitaires

- Relations presse, blogueurs, influenceurs...
- Faire parler de la région et capitaliser sur l'image des supports pour valoriser l'offre auprès d'un public dont on sait qu'il sera sensible à l'offre d'itinérance

### ■ Salons, évènementiels, Atout France

- Salons : Fahrrad & Erlebnisreisen Stuttgart, Du randonneur à Lyon, Destination Nature...
- Lien avec les événements d'envergure régionaux et nationaux (Tour de France, Tour du Dauphiné...)
- Participation au cluster tourisme de pleine nature d'Atout France

# 2 AXES DE TRAVAIL « FRONT OFFICE »

## 4. Mise en marché

- **Recensement des plateformes numériques de diffusion (nationales et internationales)**
  - Cirkwi, IGNrando, Geotrek, MyTripTailor...
  - Avoir une meilleure connaissance de leurs audiences, avantages, inconvénients...
- **Démarchage** des Tour operators, agences spécialisées...
  - Participation à des workshops, Green France...
  - Avoir une meilleure connaissance de leurs attentes, cibles clientèles, conditions commerciales... et favoriser le référencement de l'offre
- **Co-branding**
  - Marque régionale voire nationale (Histoire Bike, Décathlon...)
  - Réaliser des actions de mise en marché communes pour gagner en visibilité



# PLAN D'ACTIONS OUTDOOR 2018

Actions itinérance/pleine nature	Marchés	Date	BtoC	BtoB	Presse	Actions ouvertes aux cofinancements
<b>Campagnes Facebook</b>	France – infra Belgique et Suisse francophone	Mars/Octobre	x			•
<b>Accueil influenceurs &amp; prescripteurs</b>		Avril/Octobre			x	•
<b>Réalisation Films outdoor</b>	Multi marchés	Avril/Mai/Juin	x			
<b>Reportage photos</b>	Multi marchés	Printemps - été	x			
<b>Salon Destination Nature</b>	France	15-18 mars	x			•
<b>Salon du Randonneur à Lyon</b>	France- infra	23-25 mars	x			•
<b>Salon du Roc d'Azur</b>	France	11-14 octobre	x			•
<b>Green France</b>	Multi-marchés	Octobre		x	x	•

Actions Cluster Pleine Nature Atout France		Marchés	Date	BtoC	BtoB	Presse	Actions ouvertes aux cofinancements
<b>Actions Tronc communs</b>	Accueil Blogueurs & influenceurs	Allemagne	Avril/ Mai/juin	x			•
	Voyage d'étude et séminaire	Allemagne	Mai		x		
	Salon TourNatur	Allemagne	Fin août/début sept.	x			•
	Quizz ludique	Belgique		x			•
	Cobranding équipementier MEC – placements contenus	Canada	Toute l'année	x			•
	Démarchage presse francophone	Canada	Avril/mai			x	
<b>Actions à la carte</b>	Placements contenus produits par blogueurs	Pays-Bas	Juin 2018 <i>(date à confirmer)</i>	x			•
	Eductour TO	Pays-Bas	Avril 2018	x			•
	Accueil presse et Blogueurs	Pays-Bas	Juin <i>(à confirmer)</i>	x			•

Actions ViaRhôna	Marchés	Date	BtocC	BtoB	Presse	Actions ouvertes aux cofinancements
Salon Fahrrad- & ErlebnisReisen	Allemagne	Janvier	X			•
Salon Fiets en Wandelbeurs	Belgique	10 et 11 février	x			•
Salon Fiets & Wandelbeurs	Pays-Bas	Mars	x			•
Campagnes darkpost Facebook	France-infra Belgique et Suisse francophone	Mars/Octobre	x			•
Animation éditorial page Facebook ViaRhôna	France	2018	x			
Partenariat Guide du Routard	France	2018-2020	x			•
Accueil influenceurs & prescripteurs	Multi-marchés	Avril/Octobre			x	•
Actualisation des supports DP, site @, carte	Multi-marchés	2018	x	x	x	

Actions GTMC	Marchés	Date	BtocC	BtoB	Presse	Actions ouvertes aux cofinancements
Campagne darkpost Facebook	France – infra Belgique et Suisse francophone	Janvier	X			•
Animation éditorial page Facebook GTMC	France	Février	X			
Accueil influenceurs & prescripteurs	France	Mars-Octobre	x			•
Production vidéo	France	Eté	X			

Actions « Back Office »	Période	Territoires d'excellence de pleine nature	Grands Itinéraires	Actions ouvertes aux cofinancements
Conseils/structuration/qualification de l'offre	Toute l'année	X	X	
Animation de réseaux	Printemps et Automne	X	X	•

# CAMPAGNES DARKPOST FACEBOOK OUTDOOR/GTMC/VIARHÔNA

<b>Thématiques</b> Activités de pleine nature Itinérance pédestre, cyclo et VTT	<b>Cibles</b> Pratiquants Loisirs (familles, seniors...) France – infra Belgique et Suisse francophone	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT, PNR... <b>Privés</b> : sites touristiques, hébergements, agences réceptives spécialisées... <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 3 maximums par campagne
<b>Dates : de mars à octobre</b> (cf. calendrier joint)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Objectifs</b> : promouvoir des offres (séjours, itinéraires, sites d'activités...) liées à la thématique mise en avant pour chaque campagne auprès d'une clientèle ciblée.</li> <li>■ <b>Format de l'opération</b> :                     <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Campagne <i>darkpost</i> envoyée sur ciblage et zonage en lien avec thématique promue et cibles recherchées</li> <li>▪ Post sous le format de carrousel photos (3 photos max)</li> <li>▪ Possibilité de lier chaque photo à une offre partenaire renvoyant sur le site @ du partenaire. Nécessité pour chaque partenaire d'avoir un site @ responsive design et une page en lien avec l'offre valorisée</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Coût de participation : 830 € HT soit 1 000 € TTC</b> Ce prix comprend la mise en forme, la mise en place et le suivi de la campagne		
<b>Contacts :</b>		
CAMPAGNES OUTDOOR/GTMC Caroline CHOUVY <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a> 04 73 29 28 26		CAMPAGNES VIARHÔNA Cédric CORRE <a href="mailto:c.corre@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.corre@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a> 04 73 29 49 35

# ACCUEIL INFLUENCEURS & PRESCRIPTEURS OUTDOOR/VIARHÔNA/GTMC

<b>Thématiques</b> Itinérance pédestre, cyclo, VTT Activités de pleine nature	<b>Cibles</b> Pratiquants Loisirs Multi-marchés	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT, PNR... <b>Privés</b> : sites touristiques, hébergements...
<b>Dates</b> : avril à octobre		<b>Lieux</b> : prioritairement territoires concernés par un des dispositifs régionaux suivants : Véloroutes voies vertes ; Territoires d'excellence de pleine nature ; Grands itinéraires de pleine nature
<p>■ <b>Objectifs</b> : valoriser l'offre de pleine nature et d'itinérance de la région et capitaliser sur l'image des supports pour valoriser l'offre auprès d'un public dont on sait qu'il sera sensible à l'offre promue</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Démarchage effectué en amont par le CRT</li> <li>▪ Coordination de l'accueil par le CRT</li> <li>▪ Prise en charge et suivi accueil par le partenaire et le CRT</li> </ul>		
<b>Coût de participation</b> : prise en charge des frais sur place par les partenaires intéressés (nuitée, repas, activité...).		
<b>Contacts :</b> <b>ACCUEILS OUTDOOR/GTMC</b> Caroline CHOUVY <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a> 04 73 29 28 26		<b>ACCUEILS VIARHÔNA</b> Cédric CORRE <a href="mailto:c.corre@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.corre@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a> 04 73 29 49 35

# SALON DESTINATION NATURE

<b>Thématiques</b> Itinérance pédestre, cyclo, VTT Activités de pleine nature Evènements	<b>Cibles</b> Clientèle nationale Praticants Loisirs	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT, territoires <b>Privés</b> : sites touristiques, grands itinéraires. <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 15
<b>Dates</b> : 15 au 18 mars 2018		<b>Lieu</b> : Paris, parc des expositions porte de Versailles
<p>■ <b>Objectifs</b> : Promouvoir l'offre d'itinérance et de pleine nature régionale auprès d'un des principaux bassins émetteurs en matière de clientèle (après la clientèle régionale, les Franciliens représentent la première clientèle française). Salon intégré au Salon Mondial du Tourisme. Arrivée cette année des 13 000 participants de l'Eco-Trail de Paris au cœur du salon.</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace de 70m2 dédié à la région Auvergne Rhône-Alpes, destination à l'honneur. 67 000 visiteurs attendus sur 3 jours.</li> <li>• Logistique, réservation, coordination, communication assuré par le CRT</li> <li>• Un comptoir personnalisé et équipé pour chacun des partenaires</li> </ul>		
<p><b>Coût de participation 2917 € HT soit 3500 € TTC</b></p> <p><b>Ce prix comprend</b> un comptoir personnalisé avec une enseigne et un visuel, une réserve commune, 2 écrans sur le stand pour diffuser des vidéos, la coordination, l'organisation générale avant et pendant le salon, l'animation du stand et un plan media en amont</p> <p><b>Ce prix ne comprend pas</b> vos frais personnels de transport, hébergement, restauration, les dotations</p>		
<p><b>Contact actions de promotion outdoor :</b>          Caroline CHOUVY  <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a>          04 73 29 28 26</p>		

# SALON DU RANDONNEUR À LYON

<b>Thématiques</b> Itinérance pédestre, cyclo, VTT Activités de pleine nature	<b>Cibles</b> Clientèle Infra Praticants Loisirs	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT, territoires auvergnats <b>Privés</b> : sites touristiques, grands itinéraires, agences réceptives auvergnats <b>Nombre de partenaires souhaité : 12</b>
<b>Dates : 23 – 25 mars 2018</b>		<b>Lieu</b> : Centre des Congrès – Cité Internationale LYON
<p>■ <b>Objectifs</b> : promouvoir l'offre d'itinérance auprès du principal bassin émetteur en termes de clientèle (la clientèle locale est le premier marché pour la région).</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace de 42m2 dédié à la région</li> <li>• Logistique, réservation, coordination, communication assuré par le CRT</li> <li>• Un comptoir personnalisé et équipé pour chacun des partenaires</li> </ul>		
<p><b>Coût de participation : 2 083 € HT soit 2 500€ TTC</b></p> <p><b>Ce prix comprend</b> un comptoir personnalisé avec une enseigne et un visuel, une réserve commune, 2 écrans sur le stand pour diffuser des vidéos, la coordination, l'organisation générale avant et pendant le salon, l'animation du stand et un plan media en amont</p> <p><b>Ce prix ne comprend pas</b> vos frais personnels de transport, hébergement, restauration, les dotations</p>		
<p><b>Contact actions de promotion outdoor :</b>          Caroline CHOUVY  <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerrhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerrhonealpes-tourisme.com</a>          04 73 29 28 26</p>		

# ACTION GTMC : SALON ROC D'AZUR

<b>Thématiques</b> VTT	<b>Cibles</b> Pratiquants Familles	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT <b>Privés</b> : agences réceptives, prestataires VTT <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 8 max
<b>Dates</b> : 11-14 octobre 2018		<b>Lieu</b> : Roc d'Azur : compétition internationale de VTT à Fréjus
<p>■ <b>Objectifs</b> : promouvoir l'offre VTT en Auvergne Rhône-Alpes sur un évènement qui rassemble désormais plus de 20 000 participants et 100 000 visiteurs sur le salon. Véritable lieu de rencontres de tous les acteurs du marché en fin de saison (professionnels, participants et grand public), sur un salon représentant 25 000 m2 de surface d'exposition. Les visiteurs sont des pratiquants de France et d'Europe qui viennent se renseigner, tester et acheter les derniers produits liés à l'univers du VTT : équipements, accessoires, nutrition, textile, presse spécialisée, tourisme, autres événements sportifs, etc.</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace de 30 m2 dédié à la région Auvergne-Rhône-Alpes</li> <li>• Logistique, réservation, coordination, communication assuré par le CRT</li> <li>• Un comptoir personnalisé et équipé pour chacun des partenaires</li> </ul>		
<p><b>Coût de participation</b> : 1 487 € HT soit 1 785€ TTC pour un espace global de 30m<sup>2</sup> soit 8 partenaires</p> <p><b>Ce prix comprend</b> un comptoir personnalisé avec une enseigne et un visuel, une réserve commune, écrans sur le stand pour diffuser des vidéos, la coordination, l'organisation générale avant et pendant le salon, l'animation du stand et un plan media en amont</p> <p><b>Ce prix ne comprend pas</b> vos frais personnels de transport, hébergement, restauration, les dotations</p>		
<p><b>Contact actions de promotion outdoor</b> :</p> <p>Caroline CHOUVY  <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a>          04 73 29 28 26</p>		

<b>Thématiques</b> Multi-thématique	<b>Cibles</b> Marchés Français – Groupes Marchés européens – Pratiquants Loisirs	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT <b>Privés</b> : sites touristiques, hôtels, résidences, agences réceptives, prestataires touristiques, marques de l'outdoor  <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : au moins 60
<b>Date : 6 au 9 octobre 2018</b>		<b>Lieu</b> : Centre de Congrès Saint-Etienne (à confirmer)
<p>■ <b>Objectifs</b> : Commercialiser l'offre d'itinérance et de pleine nature de la région auprès des revendeurs spécialisés européens et groupes France. Créer et pérenniser un temps fort annuel sur le tourisme de pleine nature en région.</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 et 7 octobre : Éductour dans la région et en Massif central : accueil d'Eductours pour territoire</li> <li>• 8 octobre : workshop dédié sports de nature (TO, agences réceptives, CE, clubs...): stand et accès au rendez-vous groupes, T.O., C.E. pour territoires, hébergeurs, agences réceptives, prestataires d'activités</li> <li>• 9 octobre : forum sport de nature et showroom des marques (emplacement au showroom pour équipementiers, aménageurs)</li> </ul>		
<p><b>Coût de participation</b> : <b>Coût déterminé prochainement</b></p> <p style="text-align: center;">Ce prix ne comprend pas vos frais personnels de transport, hébergement, restauration, l'acheminement de vos documentations et support</p>		
<p><b>Contact actions de promotion outdoor</b> :</p> <p>Cédric CORRE  <a href="mailto:c.corre@auvergnerrhonealpes-tourisme.com">c.corre@auvergnerrhonealpes-tourisme.com</a>          04 73 29 49 35</p>		

# ACTIONS TRONC COMMUN CLUSTER PLEINE NATURE ATOUT FRANCE: ALLEMAGNE

<b>Thématiques</b> Pleine nature	<b>Cibles</b> Marché allemand Clientèle loisirs	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT adhérent au cluster Atout France <b>Privés</b> : agences réceptives, hébergeurs, prestataires d'activités <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 1 par action		
<b>Date :</b> <b>Accueil d'un couple de bloggeurs:</b> avril/mai/juin <b>Salon TourNatur : 31 août au 2 septembre</b>		<b>Lieu :</b> Düsseldorf		
<p>■ <b>Objectifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accueil d'un couple de bloggeurs pour conquérir, séduire, fidéliser et rajeunir les clientèles en renforçant la visibilité digitale et en créant de la viralité par du buzz sur les réseaux sociaux autour des thématiques « vacances en nature en France ». : 2 semaines de voyages en France dont 2 jours en Auvergne Rhône -Alpes</li> <li>• Participer à un salon grand public dédié aux activités de pleine nature sur un marché prioritaire</li> </ul> <p>■ <b>Format de l'opération :</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <b>Accueil Bloggeurs</b>                      Démarchage effectué dans le cadre du cluster                      Coordination de l'accueil par le CRT                      Prise en charge et suivi accueil par le partenaire                 </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <b>Salon TourNatur</b>                      Espace de 9m<sup>2</sup> sous le stand du <i>Wandermagazin</i>                      Coordination du salon par le Cluster et le CRT                      Partage de cet espace avec le CRT                 </td> </tr> </table>			<b>Accueil Bloggeurs</b> Démarchage effectué dans le cadre du cluster Coordination de l'accueil par le CRT Prise en charge et suivi accueil par le partenaire	<b>Salon TourNatur</b> Espace de 9m <sup>2</sup> sous le stand du <i>Wandermagazin</i> Coordination du salon par le Cluster et le CRT Partage de cet espace avec le CRT
<b>Accueil Bloggeurs</b> Démarchage effectué dans le cadre du cluster Coordination de l'accueil par le CRT Prise en charge et suivi accueil par le partenaire	<b>Salon TourNatur</b> Espace de 9m <sup>2</sup> sous le stand du <i>Wandermagazin</i> Coordination du salon par le Cluster et le CRT Partage de cet espace avec le CRT			
<p><b>Coût de participation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accueil Bloggeurs : prise en charge des frais (2 jours / 3 nuits) sur place par les partenaires intéressés (nuitée, repas, activité...).</li> <li>• Salon TourNatur : ½ coût de l'espace soit <b>850€ HT + frais de mission</b></li> </ul>				
<p><b>Contact actions de promotion outdoor :</b>                  Caroline CHOUVY  <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a>                  04 73 29 28 26</p>				

# ACTIONS TRONC COMMUN CLUSTER PLEINE NATURE ATOUT FRANCE: CANADA

<b>Thématiques</b> Pleine nature	<b>Cibles</b> Marché canada Clientèle pratiquants	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT <b>Privés</b> : agences réceptives, prestataires d'activités <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 1 par action
<b>Date</b> : Co-branding avec l'équipementier MEC (équivalent des magasin Décathlon en France) <b>sur l'année 2018</b>		<b>Lieu</b> : Auvergne Rhône-Alpes
<p>■ <b>Objectifs</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer la notoriété de la France en tant que destination de pleine nature</li> <li>• S'associer à une chaîne de magasins reconnue au Canada</li> <li>• Augmenter les séjours en France</li> </ul> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opération en ligne</li> <li>• Jeu concours sur les réseaux sociaux</li> <li>• Partage de contenus via le CRT : 4 articles sur différentes thématiques</li> </ul>		
<p><b>Coût de participation</b> : 830 € HT soit 1 000 € TTC                  Ce prix comprend la mise en avant d'un produit, séjour, offre, activité sur l'un des 4 articles + relais sur les réseaux sociaux de cet équipementier</p>		
<p><b>Contact actions de promotion outdoor</b> :                  Caroline CHOUVY  <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerrhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerrhonealpes-tourisme.com</a>                  04 73 29 28 26</p>		

# ACTION TRONC COMMUN CLUSTER PLEINE NATURE ATOUT FRANCE : BELGIQUE

<b>Thématiques</b> Pleine nature	<b>Cibles</b> Marché Belge Clientèle loisirs	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels :</b> <b>Privés :</b> agences réceptives, prestataires hébergements <b>Nombre de partenaires souhaité :</b> 1
<b>Date :</b> Quizz Ludique <b>en avril</b>		<b>Lieu :</b> Auvergne Rhône Alpes
<p>■ <b>Objectifs :</b> capitaliser sur le quizz créé en 2017 et les résultats encourageants, développer la notoriété et le nombre de visites chez les participants, adapter et mettre à jour les expériences proposées.</p> <p>■ <b>Format de l'opération via Cluster :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Création d'un test de personnalité nature (version web) et association avec des expériences de séjour</li> <li>• Intégration du test sur be.france.fr</li> <li>• Plan média web via un réseau de content marketing</li> <li>• Remontée d'offres, d'expériences via le CRT</li> </ul>		
<p><b>Coût de participation : 830 € HT soit 1 000 € TTC</b>  <b>Ce prix comprend</b> la mise en avant d'une offre, produit ou expérience avec 3 visuels et 1 site web où réserver le séjour, l'expérience</p>		
<p><b>Contact actions de promotion outdoor :</b>          Caroline CHOUVY  <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a>          04 73 29 28 26</p>		

# ACTIONS SUPPLÉMENTAIRES CLUSTER PLEINE NATURE ATOUT FRANCE : PAYS BAS

<b>Thématiques</b> Randonnée pédestre Vélo Nature	<b>Cibles</b> Marché Belge Clientèle loisirs	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT <b>Privés</b> : sites touristiques, hôtels, résidences, agences réceptives. <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 1 à 2 par action
<b>Dates</b> : <b>Avril</b> : accueil TO <b>Mai – juin</b> : Accueil presse et bloggeurs <b>1<sup>er</sup> semestre</b> : placement de contenus sur des blogs Néerlandais		<b>Lieu</b> : Auvergne Rhône-Alpes
<b>■ Objectifs :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Eductours</i> : expérimenter l'offre et développer la programmation</li> <li>• <i>Accueil presse</i> : développer la visibilité de la destination dans la presse, donner envie de découvrir la France côté nature sous un nouvel angle</li> <li>• <i>Placement de contenus</i> : développer la visibilité en capitalisant sur la communauté des influenceurs</li> </ul> <b>■ Format de l'opération :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Eductours / Voyages de presse</i> : montage d'un accueil de TO avec Atout France et le CRT sur 3/4j avec 4/5 personnes</li> <li>• <i>Placements de contenus</i> sur des blogs soit en faisant écrire des influenceurs néerlandais sur la Nature en France</li> </ul>		
<b>Coût de participation</b> : <b>830 € HT</b> par partenaire pour 4 blogs (= publi-rédactionnels online). <i>Eductours/voyages de presse/bloggeurs</i> : accueil sur place, hébergement, transferts, repas et activités. <i>Placements de contenus</i>		
<b>Contact actions de promotion outdoor :</b> Caroline CHOUVY <a href="mailto:c.chouvy@auvergnerrhonealpes-tourisme.com">c.chouvy@auvergnerrhonealpes-tourisme.com</a> 04 73 29 28 26		

# ACTION VIARHÔNA : PARTENARIAT GUIDE DU ROUTARD

<b>Thématiques</b> ViaRhôna	<b>Cibles</b> Cyclistes pratiquants/loisirs	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT... <b>Privés</b> : sites touristiques, agences réceptives... (publicités pour les hôtels, restaurants et l'alcool interdits) <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 6 partenaires
<b>Dates</b> : édition du Guide du Routard ViaRhôna mars 2019		
<p>■ <b>Objectifs</b> : donner la possibilité aux partenaires intéressés de mettre en avant leur offre/territoire au sein du futur Guide du Routard ViaRhôna et de bénéficier ainsi de la portée et de la visibilité du support.</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 1 rabat + 5 pages intérieures dédiés à du publi-redactionnel et ouvert aux partenaires intéressés (publicités pour les hôtels, restaurants et l'alcool interdits)</li></ul>		
<b>Coût de participation</b> : 1 666 € HT soit 2 000 € TTC		
<p><b>Ce prix comprend</b> : la coordination des partenaires intéressés, la centralisation et la transmission des fichiers par le CRT Auvergne-Rhône-Alpes et l'insertion des pages de publi-redactionnel au sein du futur guide.</p> <p><b>Ce prix ne comprend pas</b> : la création éventuelle des pages de publi-redactionnel.</p>		
<b>Contact</b> : Cédric CORRE <a href="mailto:c.corre@auvergnerhonealpes-tourisme.com">c.corre@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a> 04 73 29 49 35		

# ACTION « BACK OFFICE » : CONSTRUCTION ET MISE À DISPOSITION D'UNE « BOITE À OUTILS CONSEILS » SPÉCIALISÉE SUR L'OUTDOOR

<b>Thématiques</b> Multithématiques	<b>Cibles</b> Territoires, socioprofessionnels, porteurs projets positionnés sur les sports et loisirs de nature et les grands itinéraires régionaux	<b>Partenaires ciblés</b>  <b>Institutionnels</b> : CDESI, CDT, Pôle ressources National Sport de nature...  <b>Privés</b> : cluster, grappes d'entreprises en région OSV, Cluster montagne, socioprofessionnel...
<b>Dates : 2018</b>		
<p>■ <b>Objectifs</b> :</p> <p>Accompagner les territoires et itinéraires dans leur projet de développement lié aux sports et loisirs de nature. Recenser et faire émerger des offres différenciantes sur cette thématique et aider les acteurs concernés à les valoriser.</p> <p>Identifier, centraliser et diffuser les chiffres clefs de l'offre de sports et loisirs de nature à l'échelle de la région. Identifier et partager les données prestataires des sports et loisirs de nature (plateforme de diffusion d'itinéraires, prestataires aménageurs...).</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <p>Réalisation d'enquêtes clients et diffusion des résultats : prospects, clientèles en séjours...</p> <p>Rédaction et diffusion d'un guide pratique outdoor : benchmark national/international, tendances, marketing expérientiels...</p> <p>Mise en place d'une plateforme de ressources dédiée à l'outdoor sur le site pro du CRT</p>		
<p><b>Contact actions développement/ingénierie outdoor :</b></p> <p><b>Delphine CHABERT</b>  <a href="mailto:d.chabert@auvergnerhonealpes-tourisme.com">d.chabert@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a>  <b>04 73 29 28 24</b></p>		

# ACTION « BACK OFFICE » : ANIMATION D'UN RÉSEAU D'ACTEURS CONCERNÉS PAR L'OUTDOOR

<b>Thématiques</b> Multithématiques	<b>Cibles</b> Territoires, socioprofessionnels, porteurs projets positionnés sur les sports et loisirs de nature et les grands itinéraires régionaux	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDESI, CDT, OT, pôle de ressources national sports de nature... <b>Privés</b> : cluster, grappes d'entreprises en région OSV, Cluster montagne, prestataires d'activités... <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : à préciser pour chaque action proposée (priorité aux territoires/socioprofessionnels concernés par l'un des dispositifs régionaux suivants : « véloroutes voies vertes » ; « Territoires d'excellence de pleine nature » ; « Grands itinéraires de pleine nature »)
<b>Dates</b> : 2eme et 4eme semestre 2018 (programme diffusé prochainement)		<b>Lieu</b> : plusieurs lieux à définir en région
<p>■ <b>Objectifs</b> :</p> <p>Créer, mobiliser, et développer un réseau d'acteurs régionaux concernés par le secteur outdoor. Identifier les bonnes pratiques entre territoires et à l'étranger dans le cadre de voyages d'étude. Partager les bonnes pratiques et faire émerger de nouvelles pratiques.</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <p>Journées techniques : actions courtes et décentralisées en région sous la forme d'ateliers pratiques sur des sujets utiles et ciblées (en complément et en lien avec le programme de formation de Trajectoires tourisme). Co-construction de certaines journées en lien avec le cluster et grappes d'entreprise OSV.</p> <p>Eductours : intra et/ou hors région.</p>		
<p><b>Coût de participation</b> : Frais de participation aux journées techniques : à déterminer (programme prochainement diffusé)          Frais de participation aux edcutours : à déterminer (programme prochainement diffusé)</p>		
<p><b>Contact actions développement/ingénierie outdoor</b> :</p> <p>Delphine CHABERT  <a href="mailto:d.chabert@auvergnerhonealpes-tourisme.com">d.chabert@auvergnerhonealpes-tourisme.com</a>          04 73 29 28 24</p>		

# THÉMATIQUE MONTAGNE

RETOUR AU  
SOMMAIRE

Pour plus d'informations sur le plan d'action montagne, vous pouvez contacter :

Annie MARTINEZ

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

04 26 73 31 75 / 06 85 62 79 95

Céline GOMES

[c.gomes@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:c.gomes@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 26 73 31 68 / 06 76 66 85 56

Pour plus d'informations sur le Génération Montagne, vous pouvez contacter :

Nathalie VALLIER

[n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 26 73 31 49 / 06 32 71 59 54

# 3 AXES PRIORITAIRES

*En transversalité : Montagne et Tourisme Gourmand, Montagne et Bien-être, Montagne et outdoor, etc*

- **Axe 1 : Le renouvellement des clientèles et plus particulièrement des jeunes**
  - Dispositif Génération Montagne
  
- **Axe 2 : Conquête de clientèles et élargissement de la saison de la neige**
  - Opérations long courrier
  - Actions en faveur de Janvier et Mars
  - Participation et relais du Printemps du ski
  
- **Axe 3 : Dessaisonalisation**
  - Valorisation d'une offre pour la Montagne l'été : outdoor, bien-être, art de vivre
  - Intensification des actions pour le développement de l'attractivité de la moyenne montagne

# PLAN D'ACTIONS MONTAGNE 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
GRAND SKI à Chambéry	23-24 janvier		X		•
Mountain Travel Symposium présentation aux skis clubs le 12 avril	8-14 avril		x		•
Conférence de presse MTS	Avril				
Accueil de presse suite conférence de presse MTS	Décembre 2018				
Accueil « Vélo électrique en montagne » avec PNR	Mai- juin			x	•
Accueil « Slow Tourisme » avec PNR	Mai- juin			x	•
<b>Génération Montagne 2018</b>					
Opérations de lancement : Pralognan (hiver), Les Estables (été)	27 février 15 juin	x	x	x	•
Campagnes digitales	Printemps / Eté / Hiver	x			•
Accueils presse, accueils influenceurs/bloggeurs	Avril/mai/été			X	•
Colloque « les Jeunes et la Montagne »	6 novembre				•
<b>Partenariat France Montagnes</b>					
Accueil « Le Printemps du Ski »	9-11 janvier			X	•
Conférence de presse Montagne été	? Lyon			X	•
Saint Germain des Neiges	Novembre	X		X	
Opération Ski & Telegraph Ski Show Londres	Octobre	x	x	X	•

# GÉNÉRATION MONTAGNE



## ■ Un message fort et une ambition

- La montagne est un territoire à vivre, une destination touristique pour les jeunes.
- Créer une communauté et un réflexe collectif Génération Montagne. Charte d'engagement.
- Derrière chaque logo affiché, une promesse tenue, celle d'une offre touristique attractive pour les enfants et les jeunes.

## ■ Valorisation des destinations/offres de séjours pour les 8/12 ans, 13/17 ans et 18/25 ans

## ■ Communication réseaux sociaux renforcée

- Inspirer les publics cibles
- Amplifier les prises de parole sur GM et sur les destinations
- Rabattre vers les sites web existants de nos partenaires

## ■ Stratégie presse

- 2 Bassins émetteurs prioritaires : régional, Ile de France
- 3 temps forts de communication : 27 février à Pralognan (montagne hiver), 15 juin aux Estables (montagne été) et un colloque « Génération Montagne » le 6/11/2018

# PLAN D'ACTIONS MONTAGNE

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

- Accompagner les hébergeurs et les territoires dans la structuration de leur offre de séjours Génération Montagne
- Accompagner les territoires de moyenne montagne dans la structuration/valorisation d'offres de séjours différentiantes à forte valeur ajoutée
- Appuyer la mise en marché d'offres de séjours innovants (ex Skiez en décaler, WE thématiques, etc.)
- Valoriser les séjours ville / montagne

## 2 – Animation des réseaux, développement des partenariats

- Intensifier nos actions avec l'ensemble des acteurs de l'éco système montagne : professionnels, réseaux, territoires
- Rencontres annuelles thématiques

## 3 - Promotion/ mise en Marché

- Grand Ski 23 et 24 janvier 18 à Chambéry
- Mountain Travel Symposium USA Avril 2018
- European MTS (Cran Montana, Suisse)
- Rendez-vous en France
- Green France

## 4 – Presse et digital

- Rencontre entre les influenceurs / bloggeurs européens et les CM des stations (janvier) : Printemps du ski
- Montagne au printemps : valoriser les stations proposant une amplitude saisonnière élargie et des activités innovantes
- Slow tourisme (mai / juin) : PNR et hébergements qui ont une démarche durable et écoresponsable
- Les courts séjours janvier/mars et offres week-end multithématiques.

# THÉMATIQUE ART DE VIVRE : SITES EMBLÉMATIQUES & CULTURE

---

RETOUR AU  
SOMMAIRE

Pour plus d'informations sur le plan d'action sites emblématiques et culture,  
vous pouvez contacter :

Sophie VAISSELET

[s.vaisselet@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:s.vaisselet@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 26 73 31 65 / 06 08 85 72 43

# PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
<b>Sites Touristiques Emblématiques</b>					
Campagnes Digitales : promotion des sites emblématiques	Semaine 23 avril	X			Sites Emblématiques
Campagnes Digitales : promotion des sites emblématiques / Espaces naturels	Semaine 4 juin	X			Sites Emblématiques
Campagne Digitale Salon Mahana	Semaine 19 février	x			Voir fiche action
<b>Culture – Tourisme Urbain</b>					
ITB Berlin / Cluster Culture		x	X	X	•
Tournée rédaction Milan / Cluster Culture	Mai			x	Besoin d'informations Culture
Accueil Bloggeurs Anglais / Cluster Culture	A définir			X	Membre du Cluster Culture
Accueil de Presse International Lumière sur la culture	Juin			X	Lieux avec Spectacle lumière / Edifices ...
Accueil de Presse région Ouverture Château Ferney Voltaire	Juin			X	Actualités, nouveautés en lien avec personnages historiques
Accueil Montagne été + Culture	Juillet			X	Montagne été / Actualité culture, expos
Campagne Digitale France en partenariat avec les villes sur la thématique « Villes Gourmandes » mise en avant des produits locaux, marchés....	Sept / Octobre	X			

# SALON MAHANA LYON

<p><b>Thématique :</b> Sites touristiques emblématiques</p>	<p><b>Cibles</b> Clientèle régionale BtoC</p>	<p><b>Partenaires ciblés</b> <b>Sites touristiques emblématiques :</b> en cœur du village Auvergne-Rhône-Alpes ; présence de 17 sites touristiques emblématiques <b>Nombre de partenaires souhaités :</b> 15 sites.</p>
<p><b>Dates :</b> 2 au 4 mars 2018</p>		<p><b>Lieu :</b> Lyon Halle Tony Garnier</p>
<p>■ <b>Objectifs :</b> promouvoir la région Auvergne-Rhône-Alpes auprès d'une clientèle régionale. En effet les habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes sont la première clientèle de la région. Ils représentent 27,8% des nuitées annuelles en 2016 et sont fortement consommateurs de courts séjours et week-ends. En 2017, 74 % des visiteurs du Salon Mahana Lyon se sont déclarés intéressés par un espace « sorties et week-ends en Auvergne-Rhône-Alpes ».</p> <p>■ <b>Format de l'opération : Auvergne-Rhône-Alpes Hôte d'Honneur du Salon.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salon du Tourisme Grand Public - 26 000 visiteurs attendus sur 3 jours.</li> <li>• Espace de 64M2 réservé au CRT au cœur du Village Auvergne-Rhône-Alpes comprenant 17 comptoirs individuels pour les sites touristiques emblématiques.</li> <li>• Point de départ du cortège inaugural, hôte d'honneur de la soirée exposant, point presse, jeu concours, nombreuses prises de parole sur la Grande Scène, dégustation de vins régionaux, plats régionaux au restaurant .....</li> <li>• Partenariat avec le comité des Vins Auvergne-Rhône-Alpes</li> </ul> <p>■ <b>Opération complétée :</b> Présence soutenue par une campagne digitale Facebook en amont.</p>		
<p><b>Coût de participation :</b> <b>1 700 € HT</b> : Coût pour un comptoir réservé aux Sites touristiques emblématiques au cœur du Village Auvergne-Rhône-Alpes, organisation CRT <b>2 257€ HT</b> : Coût pour un espace de 6m2 nu tarif préférentiel Exposants régionaux, directement commercialisé par Comexposium.</p>		

# T HÉMATIQUE ART DE VIVRE : T OURISME GOURMAND

---

RETOUR AU  
SOMMAIRE

Pour plus d'informations sur le plan d'action tourisme gourmand, vous

pouvez contacter :

Gastronomie

Martine BRIDIER

[m.bridier@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:m.bridier@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 26 73 31 76 / 06 87 71 90 43

Oenotourisme

Isabelle FAURE

[i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 26 73 31 77 / 06 08 85 72 39

# 5 AXES PRIORITAIRES

En lien avec la Direction du tourisme et les organismes représentants des professionnels, être un interlocuteur **au service du développement et de la promotion du secteur gastronomie et œnotourisme**.

- Faire émerger, et/ou valoriser une offre Oenotouristique
- Contribuer au développement de la « Vallée Mondiale de la Gastronomie » (structuration offre, identité/stratégie marketing, mise en marché)
- Faire rayonner la région dans son ensemble comme une destination gourmande et culturelle en s'appuyant notamment sur la dynamique liée à la démarche structurante créée autour des sites emblématiques
- Valoriser le tourisme urbain comme une destination « Art de Vivre », intégrant de multiples expériences : culturelles, oeno-gastronomiques, shopping, etc.
- Travailler en transversalité sur des projets structurants avec l'ensemble des thématiques prioritaires
- Développer des partenariats, animation de réseaux, mobilisation de dispositifs contribuant à la croissance économique du secteur

# PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
<b>Oenotourisme</b>					
Opération co-branding avec marque, réseau... (format et modalités à définir)	à définir	x			•
Fascinant Week-end (avec Comité Vins et les territoires labellisés) : communication, presse...	18 au 21 oct	x		x	
Pré-tours Destination Vignobles (ouvert en priorité aux participants du salon)	12 au 15 oct		x		•
Salon Destination Vignobles à Bordeaux (inscription directement auprès d'Atout France)	16 et 17 oct		x		•
<b>Gastronomie</b>					
Opération co-branding avec marque, réseau... (format et modalités à définir)	à définir	x			•
Accueil presse AURA Destination Gourmande	toute l'année			x	
<b>Tourisme Gourmand (vin et gastronomie)</b>					
Opération Belgique (12 juin à Bruxelles + accueil fin sept + campagne digitale oct/nov)	12-juin + automne	x	x	x	•
Campagnes digitales France et Suisse sur différents thèmes (fromages et vins, tables paysannes, excellence du terroir/produits AOP, route des fromages...)	toute l'année	x			•
Press event Wine and Gastronomy à Londres	automne			x	
Accueils presse vins et gastronomie	toute l'année			x	

# PLAN D'ACTIIONS

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

- Classification des sites emblématiques en 3 catégories  
Grands sites Récréatifs de loisirs, d'attractions et animaliers, Grands sites Naturels, Grands sites culturels, patrimoniaux.
- Accompagner les professionnels et les territoires dans la structuration de leur offres oenotouristiques.  
Visites terrain : qualification de l'offre, analyse marketing du positionnement de l'offre, lien avec la direction Marchés du CRT pour l'adéquation offre/demande.

## 2- Animation des réseaux, développement des partenariats

- Convention Comité vins
- Identifier les attentes des professionnels et des réseaux :  
Auvergne Rhône-Alpes Gourmand, Accueil Paysan, Bienvenue à la ferme, Bistrots de pays, Maître restaurateur, Sites remarquables du goût, Toques Blanches, Toques d'Auvergne, Toques d'Ardèche
- Réseaux des villes d'Auvergne-Rhône-Alpes

## 3- Adhésion et suivi des actions cluster Œnotourisme et culture d'Atout France

# PLAN D'ACTIONS PROMOTION TOURISME GOURMAND

## ■ Promotion régionale et nationale

- **Accueils de presse sur des thèmes fédérateurs** autour de la gastronomie, de l'oenotourisme et de la culture, sur des thèmes fédérateurs dans la région : la découverte des cépages oubliés, les domaines insolites, l'excellence du terroir AOP...
- **Fascinant week-end**
- **Des opérations majeures avec les réseaux**

## ■ Promotion internationale

- **Opération sur l'Art de Vivre en Belgique** – Printemps 2018: presse, bloggers, influenceurs, grand public sur l'Art de Vivre.
- Campagne digitale à destination du grand public belge francophone
- **Workshop Destination Vignobles – Octobre 2018** Pré-tours Destination Vignobles

## ■ Vallée Mondiale de la Gastronomie- Itinérance gourmande

- Accueils presse, campagnes digitales sur le marché France et nos marchés cibles Europe, réalisation de vidéos, etc.

## ■ Culture – sites emblématiques

- Salon Mahana, accueils presse, campagnes digitales sur le marché France et nos marchés cibles Europe, opération de promo « Lumières sur la ville ».

# O PÉRATION TOURISME GOURMAND ART DE VIVRE BRUXELLES

<b>Thématiques</b> Tourisme Gourmand Art de Vivre	<b>Cibles</b> Clientèle belge BtoB BtoC	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : CDT, OT, territoires <b>Privés</b> : hébergeurs, prestataires liés au tourisme gourmand, sites <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 10
<b>Dates</b> : 12 juin 2018		<b>Lieu</b> : Bruxelles
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Objectifs</b> : promouvoir la région Auvergne-Rhône-Alpes sous l'angle Tourisme gourmand et Art de vivre auprès de la presse, bloggeurs/influenceurs et professionnels du voyage de la Belgique. Mise en avant des partenaires présents et de leur offre et produits</li> <li>■ <b>Format de l'opération</b> :           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Afterwork de 18h30 à 21h30 : RDV informels et networking (lieu restant à définir)</li> <li>• Présentation de la région et de ses partenaires sous l'angle Tourisme Gourmand et Art de Vivre</li> <li>• Animation vins et fromages prévue pendant l'opération, avec présence d'un œnologue et fromager de la région</li> </ul> </li> <li>■ <b>Opération complétée</b> par une campagne digitale grand public sur la Belgique francophone en oct/nov (plus d'infos à venir)</li> </ul>		
<b>Coût de participation</b> : 2 options : <ul style="list-style-type: none"> <li><b>1 200 € HT</b> : comprend la participation à l'afterwork et la nuit du 12 juin à Bruxelles en B&amp;B. Ne comprend pas l'acheminement et les dépenses personnelles</li> <li><b>1 700 € HT</b> : comprenant l'opération à Bruxelles + la participation à la campagne digitale.</li> </ul>		

# THÉMATIQUE BIEN-ÊTRE THERMAL

---

RETOUR AU  
SOMMAIRE

Pour plus d'informations sur le plan d'action bien-être thermal, vous pouvez  
contacter :

Lawrence DUVAL-MONFORT

[l.duval@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:l.duval@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 26 73 31 73

# 5 AXES PRIORITAIRES

- Réaliser un état des lieux, une qualification de l'offre « bien-être thermal » existante
  - Image / identité marketing à créer
  - Définir une stratégie marketing en lien avec les attentes des clients
  - Attribut image : Passer du complément au motif de séjour
- Mettre en marché l'offre « bien-être thermal » mature dans le cadre de sa stratégie marketing
- Valoriser l'ensemble des destinations thermales
  - Préempter et conforter la clientèle régionale, française voire étrangère, par des actions de communication directe
- Lancer une veille concurrentielle sur le marché du bien-être
  - Adapter le positionnement du bien-être thermal à ce secteur à forte concurrence
- Actualiser les données concernant les clientèles du bien-être et fixer des indicateurs économiques pour mesurer le poids économique et l'évolution du secteur

# EN CONCERTATION AVEC LES FÉDÉRATIONS THERMALES

## 1- Formation – Trajectoire tourisme

- Proposition d'un plan de formation pour l'ensemble de la station thermale. 4 stations pilotes.

## 2- Observation et conjoncture

- Mise en place d'outils de suivi quantitatif pour les 5 ans à venir
- Lancement de l'étude « prospects » à l'automne 2017 (résultats mars 2018)

## 3- Qualification de l'offre Bien-être thermale :

- Visites des 24 stations, positionnement marketing (forces/faiblesses)
- Faire émerger une offre bien-être thermale, différenciante, à l'échelle de la station thermale dans son ensemble (complément de séjour vs motif de séjour)

## 4 - Production d'images

- Film générique de séduction illustrant le bien-être thermal (oct/nov 2017).
- 5 vidéos courtes (20'') associées à 5 cibles de clientèles.
- Reportage images

## 5 - PLAN D' ACTIONS : ACTIONS BTOC

### ■ Promotion régionale

- Salon des Thermalies Lyon du 2 au 4 mars 2018
- Salon Mahana Lyon du 2 au 4 mars 2018
- Conférences de presse et accueils presse : nouveautés Bien-être thermal

### ■ Promotion nationale

- Salon des Thermalies Paris du 18 au 21 janvier 2018
- Conférence de presse en amont du salon le 18 janvier
- Accueil presse

### ■ Promotion internationale

- Accueil presse automne 2018. Marchés cibles Europe

### ■ Réseaux sociaux

- Campagnes digitales puissantes et ciblées sur Facebook
- Accueil d'influenceurs – bloggeurs

# SALON THERMALIES PARIS

<p><b>Thématiques</b>          Bien-être Thermal          Thermalisme          Évènements</p>	<p><b>Cibles</b>          Clientèle nationale          curistes          bien-être et loisirs</p>	<p><b>Partenaires ciblés</b>  <b>Institutionnels</b> : Fédérations thermales régionales  <b>Privés</b> : acteurs thermaux régionaux  <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 20</p>
<p><b>Dates</b> : 1<sup>er</sup> au 4 février 2018</p>		<p><b>Lieu</b> : Paris, Carrousel du Louvre</p>
<p>■ <b>Objectifs</b> : Promouvoir l'offre régionale thermale, médicale et bien-être, auprès d'un des principaux bassins émetteurs en matière de clientèle. Salon très fréquentée – 36<sup>ème</sup> édition. Plus de 250 exposants et 31 500 visiteurs en 2017.</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace de 130,50 m<sup>2</sup> dédié aux destinations thermales Auvergne Rhône-Alpes et partenaires des fédérations thermales régionales</li> <li>• Une animation gratuite sur le stand : dégustation ludiques des eaux de la région.</li> <li>• Logistique, réservation, coordination, communication assuré par le CRT</li> <li>• Un comptoir personnalisé et équipé pour chacun des partenaires</li> <li>• Le cocktail inaugural / RDV presse sur l'espace</li> </ul>		
<p><b>Coût de participation</b> 4 000 € HT soit 4 800 € TTC</p> <p><b>Ce prix comprend</b> un comptoir personnalisé avec une enseigne et un visuel, une réserve commune, 3 écrans sur le stand pour diffuser des vidéos, la coordination, l'organisation générale avant et pendant le salon, l'animation du stand et un plan media en amont</p> <p><b>Ce prix ne comprend pas</b> vos frais personnels de transport, hébergement, restauration, les dotations</p>		

# SALON THERMALIES LYON

<b>Thématiques</b> Bien-être Thermal Thermalisme Evènements	<b>Cibles</b> Clientèle régionale curistes bien-être et loisirs	<b>Partenaires ciblés</b> <b>Institutionnels</b> : Fédérations thermales régionales <b>Privés</b> : acteurs thermaux régionaux <b>Nombre de partenaires souhaité</b> : 18
<b>Dates</b> : 2 au 4 mars 2018		<b>Lieu</b> : Lyon, La Sucrière
<p>■ <b>Objectifs</b> : Promouvoir l'offre régionale thermale, médicale et bien-être, auprès d'un des principaux bassins émetteurs en matière de clientèle. Nouveau salon thématique 2ème édition.</p> <p>■ <b>Format de l'opération</b> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espace de 103 m<sup>2</sup> dédié aux destinations thermales Auvergne Rhône-Alpes et partenaires des fédérations thermales régionales</li> <li>• Une animation gratuite sur le stand : massages amma et réflexologie plantaire.</li> <li>• Logistique, réservation, coordination, communication assuré par le CRT</li> <li>• Un comptoir personnalisé et équipé pour chacun des partenaires</li> <li>• Le cocktail inaugural</li> </ul>		
<p><b>Coût de participation</b> 3 000 € HT soit 3 600 € TTC</p> <p><b>Ce prix comprend</b> un comptoir personnalisé avec une enseigne et un visuel, une réserve commune, 3 écrans sur le stand pour diffuser des vidéos, la coordination, l'organisation générale avant et pendant le salon, l'animation du stand et un plan media en amont</p> <p><b>Ce prix ne comprend pas</b> vos frais personnels de transport, hébergement, restauration, les dotations</p>		

# HÉBERGEMENT

---

RETOUR AU  
SOMMAIRE

Pour plus d'informations sur le plan d'action hébergement, vous pouvez  
contacter :

**Muriel ANTONIOTTI**

[m.antonioti@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:m.antonioti@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 26 73 31 96 / 06 87 71 90 37

**Nathalie VALLIER**

[n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

04 26 73 31 49 / 06 32 71 59 54

# PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
Groupe des financeurs	Avril-Juin-Sept		x		•
Salon des CE Spécial Familles	Sept	x		x	Opération à destination des Hébergeurs Co exposants du salon
Congrès OITS	16 au 19 oct		x		
Rencontre des réseaux	Novembre		x		•
Campagne digitale produits famille vacances Hiver	Sept-oct	X			•

# SALON CE

<b>Thématiques</b> Hébergement Evènements	<b>Cibles</b> CE Régionaux	<b>Partenaires ciblés</b> Hébergements collectifs accueillant des familles type villages vacances Hôtellerie familiale et rurale Hôtellerie de plein air <b>Nombre de partenaires souhaité : 20</b>
<b>Dates : Septembre 2018</b>		<b>Lieu : Lyon – Cité Internationale</b>
<p>■ <b>Objectifs :</b> Promouvoir l'offre hébergement ciblant la famille auprès des principaux CE régionaux, mais également à tous les professionnels, collectivités locales, qui souhaitent rencontrer les professionnels dont les prestations sont susceptibles de les intéresser.</p> <p>■ <b>Format de l'opération :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Espace de 70m2 aménagé pour accueillir durant deux jours, <b>20 Co-exposants</b> (1 personne par structure) <b>spécialisés dans l'accueil de la clientèle famille.</b></li><li>• Logistique, réservation, coordination, communication assuré par le CRT</li><li>• Un comptoir personnalisé et équipé pour chacun des partenaires</li></ul>		
<p><b>Coût de participation 800 € TTC</b></p> <p><b>Ce prix comprend</b> la mise à disposition d'une surface d'exposition sur l'espace « Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme », et la participation au plan de communication du salon, une réserve commune, 1 écran sur le stand pour diffuser des vidéos, la coordination, l'organisation générale avant et pendant le salon, un fichier de contacts actifs venus sur le stand, un plan media en amont</p> <p><b>Ce prix ne comprend pas</b> vos frais personnels de transport, hébergement, restauration, les dotations</p>		

# MODALITES DE PRISE EN CHARGE DES ACCUEILS PRESSE / BLOGUEURS ET EDUCTOURS EN PARTENARIAT AVEC AUVERGNE-RHÔNE-ALPES TOURISME

- **Les accueils et éductours peuvent être pris en charge par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme dans la mesure où:**
  - Ils se déroulent sur au moins deux destinations ou deux départements
  - Ils proviennent des marchés prioritaires précisés dans chaque thématique et/ou ciblés par le CRT dans le cadre de son plan de promotion.
  
- **Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure les prises en charge suivantes :**
  - **100% des transferts dans la région**
  - **50% des coûts d'hébergement**
  
- **A la charge des partenaires :**
  - Transporteurs et/ou Atout France pour les acheminements en région
  - ADT, offices de tourisme, hébergeurs, prestataires:
    - 50% de l'hébergement
    - 100% des activités et de la restauration

[RETOUR AU  
SOMMAIRE](#)



**ACTION :** .....

*À renvoyer par mail à la personne en charge du dossier*

**DATE(S) OU PÉRIODE(S) :** .....

**LIEU OU PAYS :** .....

**VOTRE PARTICIPATION FINANCIÈRE comprend :**

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

**TOTAL :** ..... € HT soit ..... € TTC

**FACTURATION :** 2 mois avant la date de l'opération

**MODALITÉS DE RÈGLEMENT :** Virement bancaire à 30 jours fin de mois  
*(Merci de mentionner le numéro de la facture reçue)*

**VOTRE ORGANISME :** .....

**ADRESSE DE FACTURATION :** .....

**CONTACT DE LA PERSONNE EN CHARGE DU DOSSIER :** .....

**TÉL. :** .....

**EMAIL :** .....

ASSUJETTI TVA, N° TVA INTRACOMMUNAUTAIRE : .....

NON ASSUJETTI

BON POUR ACCORD

Fait à ..... le .....

Cachet

Signature

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES TOURISME

N° SIREN : 824 433

Siège social  
8 rue Paul Montrochet - 69002 Lyon  
Tél : +33(0)4 26 73 31 59

Etablissement secondaire - Site de Clermont-Ferrand  
7 allée Pierre de Fermat – CS 50502 - 63178 AUBIERE CEDEX  
Tél : 04.73.29.49.49



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme

## **AUVERGNE-RHÔNE-ALPES TOURISME**

### Site de Lyon

8 rue Paul Montrochet  
69002 LYON  
Tél. : 04.26.73.31.59

### Site de Clermont-Ferrand

7 allée Pierre de Fermat  
CS 50502  
63178 AUBIERE CEDEX  
Tél. : 04.73.29.49.49