

PLAN D'ACTIIONS MARKETING 2018

Focus MARCHÉS EUROPÉENS

Janvier 2018



**Auvergne-
Rhône-Alpes**
Tourisme

SOMMAIRE

▶ MARCHÉS EUROPÉENS (Stratégie BtoC)	3
▶ MODALITÉS DE PRISE EN CHARGE DES ACCUEILS	34
▶ FORMULAIRE D'ENGAGEMENT PARTENAIRE	35

MARCHÉS EUROPÉENS

■ Consolidation des marchés prioritaires et conquête de nouvelles clientèles

- **CRT leader** sur des opérations de promotion de l'offre régionale (Via-Rhône, Vallée mondiale de la gastronomie...)
- **CRT Fédérateur** de partenaires autour d'objectifs communs et d'actions de promotion collectives (thématiques, destinations)

■ Typologie d'actions

- Expertise marché au service des thématiques et des partenaires
- Objectif de notoriété et d'image, séduction
 - Relations Presse et stratégie d'influence (blogueurs / influenceurs)
 - BtoC : Campagne digitales / réseaux sociaux, Salons spécialisés (GP), événementiel
- Référencement de l'offre auprès des revendeurs (BtoB) : workshop,
- Démarchage, éducteurs, partenariats.
- Partenariats transporteurs

ALLEMAGNE

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

Corinne RENARD

c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com

04 73 29 49 71

Pour vous inscrire aux actions ouvertes aux partenaires sur le marché allemand et autrichien, complétez et envoyez par mail le « formulaire d'engagement partenaire »

PLAN D'ACTIONS 2018

Opérations	Dates	BtoC	BtoB	Presse	Actions ouvertes aux Partenaires
Relations Presse / influenceurs / blogueurs					
- Tournée médiatique presse & blogueurs	5 & 6 février			X	
- Envoi de communiqués de presse	Mars, avril, mai			X	•
- Accueils individuels	Toute l'année			X	•
- Accueil presse groupe	Juin			X	•
- Aides techniques	Toute l'année			X	•
Grand public					
- Campagne Cinéma	Du 18/10 au 14/11	X			•
- Promo digitale FB + YT	4 ^{ème} trimestre 2018	X			•
Pro					
- Démarchage tour-opérateurs autrichiens	04 au 06 avril		X		
- Workshop France sur le Rhône	08 au 10/11		X		•
- Deux édcutours en amont du workshop	06 au 08/11		X		•
- Aides techniques	Toute l'année		X		

WORKSHOP FRANCE « BTOB LOISIRS » SUR LE RHÔNE

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Pro	Partenaires ciblés Institutionnels Privés : avec une offre « groupes » Nombre de partenaires souhaité : 12 Auvergne-Rhône-Alpes (37 au total)
Dates : 8-10 novembre (nuitée sur le bateau du 10 au 11 nov optionnelle)		Lieu : sur le Rhône Rendez-vous à Lyon le 8 novembre à 16h. Croisière sur le Rhône Fin de la manifestation le lundi 11 novembre après le petit-déjeuner. Soirée et nuitée optionnelles pour les exposants (retour du bateau sur Lyon entre 19h30 et 20h30 le 10 nov)
<p>■ Objectifs : se référencer auprès des prescripteurs de tourisme de loisirs de groupes</p> <p>■ Présentation de l'opération :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Workshop organisé par Atout France en coopération avec la compagnie de croisières fluviales A-Rosa, dont la région Auvergne-Rhône-Alpes est l'hôte de l'évènement ! • Workshop d'une demi-journée sur le bateau et séquences de networking informels (get together, soirée de gala, etc...) • Présentations / conférences thématiques aux invités allemands (incluant l'offre des partenaires français présents à l'évènement). Format à préciser ultérieurement. • Découverte d'une destination touristique d'une manière originale (croisière fluviale), • Valorisation des 5 sens : animations thématiques (ex : valorisation des savoir-faire ; vins et gastronomie ; lunettes 360° ; atelier parfum) <p>■ Actions de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> • Invitation adressée aux prescripteurs allemands majeurs et relances téléphoniques personnalisées • Envoi d'une E-news dédiée à l'évènement 		

- Communiqués à la presse professionnelle
- Partenariat média (présence d'un journaliste de la presse professionnelle touristique allemande)
- Communication pendant et après l'événement

Coût de participation : 1 850 € HT

Ce prix comprend la participation au workshop, les séquences de networking, les nuitées sur le bateau et la pension complète.

Dossier technique sur demande.

CAMPAGNE CINÉMA

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Grand Public Seniors & Familles	Partenaires ciblés Institutionnels Privés Nombre de partenaires souhaité : 10
Dates : du 18 octobre au 14 novembre		
<p>■ Objectifs : augmenter la notoriété de la destination Auvergne Rhône-Alpes à travers un spot promotionnel dans les bassins émetteurs de touristes pour la destination</p> <p>■ Présentation de l'opération : Deux options :</p> <p>Option A</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffusion d'un spot de 60 secondes sur le Bade-Würtemberg, sur trois villes : Karlsruhe, Mannheim, Stuttgart ▪ 18 cinémas, 71 écrans. Audience totale : 215 319 contacts garantis <p>Option B</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diffusion d'un spot de 60 secondes en Rhénanie-Du-Nord-Westphalie sur deux villes : Cologne & Düsseldorf ▪ Soit 15 cinémas, 52 écrans. Audience totale : 162 844 contacts garantis. <p>Pourquoi choisir le cinéma comme vecteur de communication ? L'impact publicitaire au cinéma est cinq fois plus marquant que celui de la télévision en prime time. L'environnement affectif procuré par le cinéma a un impact positif sur la réceptivité : les spectateurs ont le temps, sont détendus et ouverts à la nouveauté. Un calcul basé sur la performance. Le nombre réel de visiteurs est communiqué directement par les cinémas et le coût de la campagne est basé sur le Cost-per-Visit (CpV). Avec ou sans rush au préalable.</p>		
<p>Coût de participation : Option A : 1 250 € HT Soit 1 500 € TTC Option B : 900 € HT Soit 1 080 € TTC</p>		

BELGIQUE

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

Anissa GUENFOUD

a.guenfoud@auvergnerhonealpes-tourisme.com

04 73 29 49 43

Pour vous inscrire aux actions ouvertes aux partenaires sur le marché anglais, complétez et envoyez par mail le « formulaire d'engagement partenaire »

PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
Relations Presse / influenceurs / blogueurs					
- Workshop presse & blogueurs	Janvier				
- Envoi de communiqués de presse	Février / mars			X	
- Accueils individuels et groupes	Toute l'année				
- Accueil tournage La Grande Balade	A définir				•
Grand public					
- Campagne online multipartenaires sur le marché néerlandophone	Printemps				•
- Co-branding As Adventure	Octobre				•
- Partenariat VacancesWeb	Printemps				•
- Barter deals (accords d'échange)	A définir				•
Pro					
- Aides techniques	Toute l'année		X		

ACCUEIL TOURNAGE « LA GRANDE BALADE »

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Presse	Partenaires ciblés Institutionnels : CDT, OT Privés : Nombre de partenaires souhaité : 6
Dates : à définir		
<p>■ Objectifs : Promouvoir votre destination auprès des belges francophones dans l'émission La Grande Balade sur RTL TVI, une chaîne du groupe RTL et leader sur le marché belge wallon.</p> <p>■ Format de l'opération :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Concept de l'émission : Faire découvrir aux téléspectateurs des lieux touristiques autour de la Wallonie : Hollande, Luxembourg, France, Allemagne & Grande Bretagne. La présentatrice se rend dans une région et fait découvrir la région sous toutes ses formes : culinaire, sportive, loisirs, découverte ... ▪ Diffusion : access prime sur RTL TVI, chaque samedi à 17h20 et rediffusion chaque dimanche à 11h ▪ Audiences : 160 000 en diffusion et 230 000 téléspectateurs en rediffusion ▪ Durée du reportage : format TV entre 9 et 12 minutes diffusé en 1ère partie d'émission. Diffusion également sur le web. L'émission peut aussi être utilisée sur vos réseaux après diffusion. Tous les rushes sans la présentatrice sont aussi fournis. ▪ Présentatrice : Sandrine CORMAN, présentatrice vedette d'RTL TVI ou Sophie PENDEVILLE, présentatrice vedette d'RTL TVI et de 6ter (France). Dans le cas d'Auvergne-Rhône-Alpes, ce serait Sophie PENDEVILLE qui serait pressentie pour le tournage. ▪ Tournage : Chaque tournage dure 2,5 jours environ et l'équipe de tournage est composée de 6 personnes. ▪ Sujets qui les intéressent pour la région Auvergne-Rhône-Alpes : gastronomie, oenologie, activités outdoor (VTT, randonnées...), artisanat, patrimoine, nature... ▪ Coût réel : 15 000€ HT pour une émission tournée (2,5 jours de tournage) et 85 000 € HT pour 6 émissions 		
<p>Coût de participation : 4667 € HT soit 5 647 € TTC + un accompagnement sur place de l'équipe de tournage</p> <p>Ce prix comprend les frais de production, l'hébergement, le transport, les repas des 6 personnes, le matériel, etc....</p> <p>Ce prix ne comprend pas la mise à disposition de personnes pour les guider sur place lors du tournage.</p>		

CAMPAGNE ONLINE MULTI-PARTENAIRES SUR LE MARCHÉ NÉERLANDOPHONE

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Grand-Public	Partenaires ciblés Institutionnels : CDT, OT Privés : sites de visites Nombre de partenaires souhaité : 4
Dates : Mars - Avril		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Objectifs : faire de la notoriété auprès du marché néerlandophone, un marché à forte valeur ajoutée pour la France et la région Auvergne-Rhône-Alpes ■ Format de l'opération : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Display vidéos facebook, youtube ou instagram pour inspiration. 		
Coût de participation : à déterminer en fonction de l'engagement du partenaire		

CO-BRANDING AS ADVENTURE

Thématiques Outdoor	Cibles Grand-Public	Partenaires ciblés Institutionnels : CDT, OT Privés : Nombre de partenaires souhaité : 1
Dates : Shooting fin août / début septembre Diffusion en magasin début octobre		
<p>■ Objectifs : Faire découvrir l'outdoor, l'une des thématiques phares de la région en s'associant à une chaîne de magasins spécialisés dans cette thématique et prisée par les belges. As Adventure est une chaîne de magasins outdoor qui compte 48 boutiques dont 45 en Belgique et au Luxembourg. L'enseigne vend des vêtements et équipements outdoor ainsi que des vêtements de mode pour un public de classe sociale élevée. Chaque saison l'enseigne organise un shooting photo avec les mannequins pour promouvoir leurs vêtements sportifs et trendy.</p> <p>■ Format de l'opération : Organisation d'un shooting photo sur un territoire axé pleine nature d'une durée de 6 jours et pour 10 personnes</p>		
<p>Coût de participation : Prise en charge du repérage en amont de l'accueil puis de l'accueil de l'équipe (50 % de l'hébergement - 100% des repas et activités) + l'accompagnement sur place</p>		

PARTENARIAT VACANCESWEB

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Grand-Public	Partenaires ciblés Institutionnels : CDT, OT Privés : Nombre de partenaires souhaité : 4
Dates : Mars - Avril		
<p>■ Objectifs : Donner de la visibilité à votre destination auprès des marchés francophones et néerlandophones sur le 1^{er} portail belge de locations de vacances : Vacancesweb /Vakantieweb. Associer votre destination à 2 groupes de presse forts : les groupes médias belges ROSSEL et ROULARTA (La Soir, Knack, Trends, SudInfo.be....)</p> <p>■ Format de l'opération : Créé il y a 6 ans et repris en juillet 2016 par les groupes médias Rossel et Roularta, l'objectif de ce site internet est de publier des reportages sur les destinations favorites des belges tout en faisant la promotion des locations de vacances dans ces régions.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Création d'un web-reportage sur votre destination publié dans la vitrine France de Vacancesweb.be (cibles : Femmes de 24 à 54 ans - Groupes sociaux 1 à 4). Le reportage est publié en français et/ou néerlandais pendant une période de 3 à 12 mois, en fonction de votre saisonnalité. Possibilité de mettre à jour la page reportage sur la partie «actualités» ou «offres». <p>Chaque reportage comprend une structure fixe composée de textes de présentation, photos... Objectif de générer des lecteurs et parfois des ventes.</p>		
<p>Coût de participation : 1 000 € HT soit 1 200 € TTC Ce prix comprend la rédaction du reportage en français et néerlandais, 5 000 visites minimum garanties par destination, la promotion à travers plusieurs portails belges de qualité</p>		

BARTER DEALS (ACCORD D'ÉCHANGE)

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Grand-Public	Partenaires ciblés Institutionnels : CDT, OT Privés : hôtels, campings, locations de vacances Nombre de partenaires souhaité : 4
Dates : à définir		
<p>■ Objectifs : promouvoir un territoire ou un établissement dans des magazines grand public via des accords d'échange ou des concours.</p> <p>■ Format de l'opération :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mise en avant de votre offre ou établissement dans un article avec une offre de séjour à gagner ou une remise commerciale suscitant l'intérêt du lecteur. 		
<p>Coût de participation : 250 € HT soit 302,50 € TTC + dotation (ex : séjour, offre commerciale pour du locatif...) Ce prix comprend la recherche des médias intéressés par l'accord d'échange, les concours..., rédaction des textes et envoi des photos, contact avec le gagnant... Ce prix ne comprend pas la dotation, la gestion de la réservation du séjour.</p>		

GRANDE-BRETAGNE

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

Corinne RENARD

c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com

04 73 29 49 71

Pour vous inscrire aux actions ouvertes aux partenaires sur le marché anglais, complétez et envoyez par mail le « formulaire d'engagement partenaire »

PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
Relations Presse & influenceurs - Opérations de démarchage - Accueils individuels et groupes	Février			X	
Press event Wine & Gastronomy in France	Automne			X	
Press event "Outdoor France"	Printemps			X	
Campagne online « week-end en ville »	Printemps	X			•
Campagne Online sites francophiles – cible familles	Toute l'année	X			•
Promotion destination Auvergne sur Londres - Opération partenariale Aéroport et OT Clermont-Auvergne.	Printemps	X		X	•
Démarchage BtoB sur le Grand Londres	Mai & Juin		X		•

O PÉRATIONS DE DÉMARCHAGES SUR LE GRAND LONDRES

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Tour-opérateurs groupes adultes	Partenaires ciblés Institutionnels : CDT, OT Privés : sites touristiques, hôtels, résidences, agences réceptives. Nombre de partenaires souhaité : 4 par mission de démarchage
Dates : deux sessions proposées Du mardi 22 au jeudi 24 mai - Du mardi 26 au jeudi 28 juin 2018		Lieu : Grand Londres Arrivée la veille. Départ le vendredi ou le jeudi soir après 20h.
<ul style="list-style-type: none"> ■ Objectifs : se référencer auprès des prescripteurs de tourisme de loisirs de groupes ■ Format de l'opération : <ul style="list-style-type: none"> • Une série de rendez-vous avec des tour-opérateurs groupes dans leurs bureaux. Les rencontres prennent la forme de sessions de formation si le tour-opérateur programme déjà votre destination/produit ou de rendez-vous traditionnels avec « l'acheteur décisionnaire », si ce n'est pas le cas. • Rencontrer les chefs de produits/dirigeants dans leurs propres bureaux permet un échange long et qualitatif, qui n'est pas toujours possible sur des salons ou workshops. • Trois rendez-vous par jour, d'une durée d'une à deux heures. Parfois plus, si le tour-opérateur vous programme déjà (Sessions de formation auprès des équipes du prescripteur). • En amont, une fiche détaillée de chaque tour-opérateur vous sera transmise avec les contacts des responsables, une étude du positionnement de la destination dans leurs programmes ; le conseil de notre correspondante à Londres sur la façon de promouvoir votre produit/destination de manière efficace auprès de chaque acheteur, et des suggestions de ce que vous devez aborder pendant votre rendez-vous et/ou présentation. • Accompagnement sur place : la chargée de promotion Grande-Bretagne Auvergne Rhône-Alpes Tourisme et notre correspondante locale, spécialisée dans la relation B2B. • Briefing avant chaque rendez-vous, prise de notes pendant et conclusions des échanges après la mission par notre correspondante locale. • Liste des tour-opérateurs ciblés et intéressés par la destination/produit qui ne pourront nous recevoir aux dates envisagées, mais suivi commercial envisageable. 		

Coût de participation : 680 € HT soit 816 € TTC

Ce prix comprend la sélection des tour-opérateurs par notre correspondante locale spécialisée dans la relation B2B , les prises de rendez-vous, l'itinéraire détaillé de vos trois jours de démarchage, les fiches détaillées de chaque tour-opérateur rencontré, des conseils sur la façon de promouvoir votre destination ou produit sur le marché des prescripteurs groupes britanniques, l'accompagnement par notre correspondante à Londres au cours de la mission, les notes prises aux rendez-vous et les conclusions après la fin de la mission,

Ce prix ne comprend pas votre acheminement sur Londres, votre hébergement sur place, vos repas et vos dépenses à titre personnel (nous vous conseillerons un hôtel afin que l'ensemble des partenaires soient logés au même endroit). Les frais de transport sur place, estimés à 12.50 livres sterling par jour avec une carte Oyster. Acheminement possible d'une gare à un bureau en taxi, qui ne dépassera pas 10 livres sterling par personne.

I TALIE

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

Irène TRONCHET

i.tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

04 73 29 49 45

Pour vous inscrire aux actions ouvertes aux partenaires sur le marché italien, complétez et envoyez par mail le « formulaire d'engagement partenaire »

PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
Relations Presse / influenceurs / blogueurs					
- Workshop presse et influenceurs à Milan	24 janvier			X	
- Accueils individuels	Toute l'année			X	•
- Aides techniques	Toute l'année			X	•
Pro					
- Aides techniques	Toute l'année		X		•

PAYS-BAS

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

Irène TRONCHET

i.tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

04 73 29 49 45

Pour vous inscrire aux actions ouvertes aux partenaires sur le marché néerlandais, complétez et envoyez par mail le « formulaire d'engagement partenaire »

PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
Relations Presse / influenceurs / blogueurs					
- Workshop presse & blogueurs	15 février			X	
- Envoi de communiqués de presse	Mars, avril, mai			X	•
- Accueils individuels	Toute l'année			X	•
- Accueil presse groupe	Du 15 au 18 juin			X	•
- Aides techniques	Toute l'année			X	•
Grand public					
- Partenariat Frankrijk.nl	Toute l'année	X			•
- Partenariat City Zapper	A partir d'avril	X			•
- Co-branding Nature	A définir	X			
- Promo digitale	Printemps	X			
Pro					
- Aides techniques	Toute l'année		X		•
- Workshop Feel French cities	05 juin		X		

PARTENARIAT FRANKRIJK.NL

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Grand Public	Partenaires ciblés Institutionnels : CDT, OT, PNR Privés : chambres d'Hôtes, restaurants, sites de visites, glamping, petits hôtels ... Nombre de partenaires souhaité : illimité, mais qualitatif et soumis au choix final de la rédaction
Dates : toute l'année		
<p>■ Objectifs : inspirer, promouvoir, informer, faire rêver les néerlandais en quête de bonnes adresses en France</p> <p>■ Présentation de l'opération : www.frankrijk.nl est un webzine de voyages, a mi-chemin entre un site internet et un magazine. Dernières tendances, adresses uniques et lifestyle sont les éléments clés de ce media. <i>« Continuer à inspirer et étonner une clientèle a priori acquise, attirer et surprendre de nouveaux clients par des adresses insolites et de qualité, cela faisait partie de nos choix stratégiques »,</i> précise Josée Schouten, créatrice et directrice de Travelwebazines éditeur de frankrijk.nl. <i>« Nous avons avec frankrijk.nl réussi à conserver le pouvoir d'évasion d'un magazine tout en nous adaptant au monde digital actuel »</i> souligne Nicky Bouwmeester, rédactrice en chef. Les media digitaux ne sont plus seulement des vecteurs d'informations mais ils sont devenus des sources d'inspiration. Et il est essentiel pour l'utilisateur d'y avoir accès partout et en permanence. Le webzine est parfaitement adapté à ces nouveaux comportements (responsive design), il donne la possibilité au lecteur de partager, aimer, commenter, conserver sur une carte personnalisée chaque article en un seul clic.</p> <p>■ Frankrijk.nl en chiffres :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 145.000 visiteurs uniques par mois ; • chaque visiteur lit plus de 3 articles par visite ; • Trafic 100% organique donc de très bonne qualité. 45% arrivent par le référencement naturel grâce à des contenus, textes, visuels et vidéos uniques, 30% en direct grâce à une URL facile à mémoriser et les e- 		

newsletters, 25% via les réseaux sociaux.

- 25% des visiteurs sont des 'repeaters'.
- 48% des visiteurs consultent frankrijk.nl sur tablettes et smartphones
- Facebook : 13 000 fans // Twitter : 3 500 abonnés // 5 000 abonnés newsletter

Le CRT est partenaire de ce webzine depuis 2014. En 2017, rien que sur les pages Auvergne 40 000 personnes ont été touchées, auxquels s'ajoutent les pages ViaRhôna. En 2018, nous souhaitons élargir cette collaboration et consacrerons une enveloppe de 5 000 € à laquelle se rajoutera le financement des partenaires.

Coût de participation : 50% CRT, 50 % partenaires

	La Bonne Adresse		Top 5/ Top 7		Le Bon Mix		Le Reportage City Trip ou station		Le Grand Reportage	
	NL	DE	NL	DE	NL	DE	NL	DE	NL	DE
250 mots >>	■ 295 €	■ 245 €	■ 595 €	■ 445 €	■ 1.495 €	■ 1.195 €	■ 2.500 €	■ 1.795 €	■ 4.500 €	■ 3.250 €
400 mots >>	■ 395 €	■ 325 €	■ 795 €	■ 575 €						
2 marchés Bénéficiez de réduction de 8 à 20% >>	495 € 650 €		925 € 1.170 €		2.295€		3.750€		6.195€	

Tarifs valables jusqu'au 31 octobre 2017 - Les tarifs préférentiels pour la version germanophone sont basés sur des articles et publications existantes en néerlandais. Pour tout nouvel article en allemand veuillez nous consulter.

Exemple d'un article sur une sélection de 3 chambres d'hôte en pleine nature en Auvergne :

<https://www.frankrijk.nl/2017/03/auvergne-3x-slapen-midden-natuur/> ; exemple d'un article sur 3 itinéraires de randonnée : <https://www.frankrijk.nl/2017/06/bijzondere-wandelingen-fietsroutes-auvergne/>

Plus de détails sur demande.

PARTENARIAT CITY ZAPPER.NL

Thématiques Tourisme urbain	Cibles Grand Public	Partenaires ciblés Institutionnels : OT Clermont-Ferrand, Lyon, Grenoble, Saint-Etienne et Annecy Privés : non Nombre de partenaires souhaité : 4
Dates : toute l'année		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Objectifs : que votre ville dispose d'un city guide en néerlandais, afin d'inspirer et de faire séjourner sur votre territoire ■ Présentation de l'opération : www.CityZapper.nl est un site web néerlandais qui existe depuis 15 ans et présente sous forme de guide touristique online des grandes villes internationales. Le site reçoit plus de 185 000 visiteurs par mois. En France, les villes de Paris, Bordeaux, Nantes, Nice et Lille sont présentes sur le site. (il n'y a avait que Lille et Paris en 2016). Depuis 3 ans, le CRT a positionné Clermont-Ferrand à côté de grandes villes internationales pour favoriser sa notoriété. La présence d'une ligne directe Amsterdam/Clermont, place la capitale régionale en destination à fort potentiel pour un city trip. En accord avec l'office de tourisme de Clermont-Ferrand, un city guide de la ville en néerlandais a été rédigé, mettant en avant les musées, les hôtels, les restaurants, le shopping, les sorties Clermont-Ferrand n'ayant pas de site en néerlandais, ce site permet de combler le manque et de renseigner les internautes avant leur séjour. La promotion de ce nouveau « city guide clermontois » est relayée par Cityzapper : sur les réseaux sociaux ; dans leur newsletter envoyée à 82 000 abonnés et sur leur site via une bannière sur la homepage (plus de 200 000 vues). Le city guide est reconduit jusqu'en avril 2018. 		

Coût de participation : 50 % des frais seront pris en charge par le CRT

50% par la ville partenaire.

Coût total d'un city guide en néerlandais pour une ville : 2 350€, prise en charge de 50% par le CRT

50% à la charge de la ville intéressée : soit 1 175 €

Advertorial et accueil de journaliste possible en plus, à la charge du partenaire.

PROMO DIGITALE

Thématiques Multi-thématiques	Cibles Grand Public	Partenaires ciblés Institutionnels : CDT, OT Privés : partenaires commerciaux Nombre de partenaires souhaité :
Dates : 1er semestre		
<ul style="list-style-type: none">■ Objectifs : développer la notoriété, la désirabilité, l'attractivité des territoires touristiques de notre région■ Présentation de l'opération : Display vidéos Facebook, YouTube ou Instagram, pour inspiration et promotion de séjours		
Coût de participation : à déterminer en fonction de l'engagement du partenaire		

SCANDINAVIE

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

Anissa GUENFOUD

a.guenfoud@auvergnerhonealpes-tourisme.com

04 73 29 49 43

Pour vous inscrire aux actions ouvertes aux partenaires sur le marché scandinave, complétez et envoyez par mail le « formulaire d'engagement partenaire »

PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
Relations Presse / influenceurs / blogueurs					
- Conférences de presse nouveautés	13 au 15 mars			X	
- Accueils individuels et groupes	Toute l'année				
Pro					
- Aides techniques	Toute l'année		X		

SUISSE

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

Irène TRONCHET

i.tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

04 73 29 49 45

Pour vous inscrire aux actions ouvertes aux partenaires sur le marché suisse, complétez et envoyez par mail le « formulaire d'engagement partenaire »

PLAN D'ACTIONS 2018

Opération	Date	BtoC	BtoB	Presse	Action ouverte aux Partenaires
Relations Presse / influenceurs / blogueurs					
- Démarchage presse Lausanne	20 février			X	•
- Accueils individuels	Toute l'année			X	•
- Aides techniques	Toute l'année			X	•
- Zurich : Master class chef Lyonnais + conférence de presse + diner ; cible : influenceurs, relais d'opinion, action en partenariat avec l'OT de Lyon, ouvert à 5 partenaires, <i>dossier technique en cours de rédaction</i>	11 octobre			X	•
Grand public					
- Promo digitale Suisse Alémanique, avec TGV Lyria	Automne	X			•
Pro					
- Aides techniques	Toute l'année		X		•
- Démarchage pro Suisse Alémanique, hors Zurich, le lendemain de la soirée presse	12 octobre		X		•

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