



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme

## **DIRECTION DEVELOPPEMENT OFFRE BIEN-ETRE THERMAL**

### **PLAN D' ACTIONS PROMOTION/COMMUNICATION 2017**

---

#### **Le contexte et les enjeux**

Actuellement 3<sup>ème</sup> région thermale de France en termes de fréquentation, Auvergne-Rhône-Alpes a pour objectif de devenir LA région de référence et d'excellence sur le bien-être thermal et la prévention santé.

Le **thermalisme** est un enjeu économique et touristique à part entière : il représente 14% du marché mondial du tourisme. Et le **bien-être thermal** est devenu un sujet de premier plan avec une évolution progressive du thermalisme de santé vers la prévention et le bien-être global. Une diversification qui va permettre une consolidation du poids économique du thermalisme.

Le marché du « bien-être » devrait plus que doubler en 10 ans en Europe et dans le monde.

#### **1 - PLAN D' ACTIONS 2017 – STRUCTURATION DE L' OFFRE**

- **Qualification de l'offre** : visites de terrain (été 2017) et rencontres avec les partenaires. Analyse marketing du positionnement de l'offre en partage avec les Fédérations.
- **Connaissance de l'offre**, rencontre avec les acteurs du thermalisme en Auvergne-Rhône-Alpes (présentation des missions du CRT, des outils marketing, du pôle professionnalisation, de la base de données APIDAE).
- **Connaissance des attentes** des acteurs pour une adaptation optimale offre/marché (observation et conjoncture).
- **Conseil** et aide à la professionnalisation des spas thermaux (adéquation offre/demande) et des produits touristiques.

#### **2 - PLAN D' ACTIONS 2017 – PROMOTION**

**Définition d'un positionnement marketing bien-être thermal**, en cohérence avec le positionnement du CRT (travail en synergie avec les Fédérations).

**Concertation\* avec la fédération thermale régionale (Auvergne Thermale et Rhône-Alpes Thermal) pour l'élaboration d'un plan d'actions de promotion :**

## ACTIONS GRAND PUBLIC ET PRESSE

### Promotion régionale :

- Fin 2017 : action d'envergure en partenariat avec les fédérations régionales et les stations thermales (action et format à définir)

### Promotion nationale :

- Communiqué de presse / bilan de l'année 2017

### Promotion internationale :

- accueil de presse britannique du 28 septembre au 1<sup>er</sup> octobre (4 stations concernées, Evian, Saint-Gervais, La Léchère et Vichy) ; 3 à 6 journalistes participants

## 3 – PLAN D' ACTIONS 2017 : INFORMATION, COMMUNICATION ET MEDIAS :

- **DISPOSITIF MEDIA-PARTENAIRES TV**
  - Valorisation des vidéos des stations thermales via la chaîne Thermal.TV
- **SITE PRO AUVERGNE-RHONE-ALPES TOURISME**
  - Rédaction d'articles dans la rubrique « Thermalisme » pour valoriser l'ensemble des 24 stations thermales et leurs actualités
  - Réalisation d'une veille au service des partenaires « bien-être thermal »
- **PRODUCTION D'IMAGES**
  - Réalisation d'un film général de séduction illustrant le bien-être thermal (tournage en septembre / octobre 2017) d'une durée de 2 à 2,5 minutes pour une diffusion globale (salons, conférences de presse, etc)
  - Réalisation de 5 vidéos courtes d'environ 20 secondes correspondant à 5 séquences distinctes et associées à 5 cibles différentes. Ces clips sont prévus principalement pour une diffusion sur les réseaux sociaux.
  - Réalisation un reportage images pour compléter la photothèque actuelle de visuel bien-être (hiver 2017/2018)
- **RESEAUX SOCIAUX**
  - **Facebook** : Organiser une campagne digitale puissante et ciblée (clientèle régionale pour 2017) avec l'affirmation forte de l'image et de la promesse « bien-être thermal » pour valoriser les offres existantes (liens renvoyant sur les sites web des fédérations et stations) – 4<sup>ème</sup> trimestre
  - **Twitter** : Valoriser les actions CRT et partenaires thermaux sur le compte pros @TourismePros

## 4- MONTEE EN COMPETENCE DES SOCIO-PROS :

- **FORMATION – TRAJECTOIRE TOURISME**
  - Identification et relais d'informations pour les besoins en formation en lien avec la professionnalisation des acteurs.
  - Proposition d'un plan de formation pour le personnel des établissements thermaux (ex : formation en anglais, accueil des étrangers, etc) 4<sup>ème</sup> trimestre 2017
- **OBSERVATION ET CONJONCTURE**
  - Mise en place par l'Observatoire Régional du CRT d'outils de suivi quantitatif pour les 5 ans à venir et d'une étude « prospects clientèle » à l'automne 2017 (résultats attendus pour 2020)