

La plateforme de services
pour **LES ACTEURS**
DU TOURISME



PERFORMANCES REGIONALES

PRINCIPAUX INDICATEURS



21,2

**MILLIARDS€
DE CONSOMMATION**

touristique française
et étrangère



61€

DE DEPENSE MOYENNE

par personne et par jour pour
un touriste français



8,7%

DU PIB REGIONAL

et 14% des dépenses touristiques
réalisées en France.

02

2ème

REGION TOURISTIQUE

derrière l'Ile-de-France



170 600

EMPLOIS SALARIES

dans les emplois caractéristiques
du tourisme



1,7

MILLIARDE€

d'investissements touristiques
(78% pour l'hébergement et
22% pour les équipements)

Sommaire

02

LES CHIFFRES CLES

04

INTRODUCTION

- Edito
- Vision / ambition / promesse
- Ensemble, pour un tourisme bienveillant
- Manifeste

08

ANTICIPER

- Etudes marketing

10

FORMER

- Trajectoires Tourisme

12

JOUER COLLECTIF

- Apidae
- Ingénierie et développement
- Fonds de dotation et Mécénat

19

METTRE EN MARCHÉ

- Promotion Intra-regional / France / international

22

CONNECTER

- La communication digitale
- La communication - partager et échanger

26

ORGANIGRAMME

30

LES DOMAINES D'INTERVENTION DE LA REGION



Renaitre ici, **ENSEMBLE !**

**Pour faire entrer
Auvergne-Rhône-
Alpes dans le top 5
des régions
touristiques
européennes d'ici
5 ans.**

Plus que jamais, le secteur du tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes est puissant, 21.2 milliards d'euros de consommation touristique, 8.4% du PIB régional et 170 000 emplois salariés et 1.7 milliard d'euros d'investissement touristique. Si notre ambition, « être dans le top 5 des destinations européennes d'ici 5 ans » est inchangée, nous souhaitons orienter nos actions en faveur d'un tourisme bienveillant prenant en compte les nouveaux enjeux sociétaux et environnementaux et non plus seulement économiques. Ainsi, nos choix stratégiques sont faits en donnant priorité aux actions respectueuses de notre environnement, à celles qui agiront positivement sur les économies locales, sur la bonne répartition des fréquentations spatio-temporelles sur tous les territoires et en évitant notamment les sur-fréquentations.

L'organisation d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme en plateforme de services pour les acteurs du tourisme répond parfaitement à ces nouvelles orientations : le travail en mode collaboratif, les actions mutualisées, le renforcement de la formation et des expertises sont des outils essentiels à tous, prestataires, hébergeurs, institutionnels du tourisme de la région.

En 2020, 5 grandes actions seront initiées par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour un tourisme bienveillant et nous vous invitons à nous accompagner dans cette voie, génératrice de sens et de vision à long terme. C'est notre travail commun, le partage des idées et des projets, qui nous permettra de construire le tourisme de demain pour Renaitre ici, Ensemble.

Nicolas Daragon, Président
Lionel Flasseur, Directeur Général



Ambition

**ETRE DANS LE TOP 5 DES REGIONS
TOURISTIQUES EUROPEENNES À 5 ANS**



5 *Thématiques d'excellence*
Montagne - Pleine nature
Itinérance - Art de vivre
Mieux être thermal

3 *Axes stratégiques* **05**

- Développer la notoriété, la désirabilité et l'attractivité touristique de la région
- Accompagner, amplifier et mettre en réseau les acteurs
- Renforcer la compétitivité et la performance financière de la structure



5 *Métiers*
Etudes & Ingénierie
Professionnalisation
Développement de l'offre
Promotion Communication

FUSION | 2017 / 2018

TRANSFORMATION | 2018 / 2019

DEVELOPPEMENT & INNOVATION | 2019 / 2020 +

Tourisme bienveillant

ENGAGEMENT ET ACTIONS



06

Lors des Meet & Match 2018, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme a lancé le mouvement pour un tourisme bienveillant visant à être conscient et responsable de ses impacts sociétaux, environnementaux, climatologiques et économiques.

Après une année de préparation et de travail, en interne mais également avec des personnalités extérieures, le socle est posé :

Cinq leviers d'intervention sont initiés par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme :

- **Le manifeste (ci-contre) :** est la déclaration formelle des engagements pris pour aller vers un tourisme bienveillant. Un écrit fort et mobilisateur auquel chacun peut s'associer.
- **Le fond de dotations.** Création d'un fonds de dotation avec d'autres acteurs du tourisme, pour engager des projets d'intérêt général (études, actions, soutien à d'autres initiatives). Cet outil contribuera à l'évolution de notre secteur vers un tourisme bienveillant, tout en garantissant sécurité juridique et défiscalisation pour les entreprises-mécènes.
- **La formation.** Aux service de l'évolution des compétences, du maintien des emplois dans les économies locales, déploiement des solutions de formation à distance.
- **Emploi.** Lancement d'une plateforme pour valoriser l'emploi (tant pour les recherches d'emplois que pour les entreprises) dans le tourisme, secteur qui connaît une forte mutation des métiers.
- **Digital.** L'attente d'échanges et de rencontres est devenue la première motivation des voyageurs. Et l'actualité confirme chaque jour l'engouement pour des vacances au plus près de chez soi. Fort de ces constats, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme initie, en lien avec les acteurs régionaux, une opération auprès de ses fans et de la clientèle intra régionale. Chaque mois, des offres exclusives négociées avec les sites de visite et les destinations leurs seront proposées.

MANIFESTE

pour un tourisme bienveillant

Face aux **défis contemporains** et la **quête de sens** qui caractérisent cette dernière décennie, nous sommes amenés à nous questionner et à prendre **la pleine conscience** et l'entière responsabilité personnelle et collective de nos actions et de leurs impacts environnementaux, économiques et sociétaux.

Nous sommes persuadés qu'une vision partagée du tourisme qui va au-delà du développement économique et de la seule croissance, engendra **une chaîne de valeurs** jusqu'à présent inexplorée, rendant certains indicateurs obsolètes et en faisant émerger de nouveaux.

Nous croyons au tourisme bienveillant comme le fil rouge de cette nouvelle voie.

Par bienveillance, nous entendons **un tourisme qui s'adresse à tous**, ancré dans l'histoire et l'avenir de chaque territoire, profitable durablement et équitablement pour chacun de ses habitants et de ses acteurs.

Par bienveillance, nous entendons aussi **notre capacité à ralentir**, à prendre le temps nécessaire pour mieux recevoir, écouter, partager et **se nourrir de nos cultures respectives**.

Par bienveillance enfin, nous entendons notre capacité à construire **des relations équitables et respectueuses du vivant**, du rythme des saisons, des hommes et des femmes et de la **diversité des écosystèmes**.

Nous souhaitons fédérer toutes les parties prenantes, en particulier le voyageur, dans la mise en place des moyens qui permettront de créer et d'accélérer des initiatives porteuses de notre vision. Nous croyons en **la puissance du collectif** qu'il soit local ou global, et en notre capacité d'agir dans nos périmètres d'influence.

Nous sommes conscients que cette démarche va nous amener à faire **des choix audacieux**. Nous sommes prêts à nous engager dans cette **voie pionnière** pour imaginer, créer et faire vivre des modèles de croissance de **tourisme plus raisonnés**.

Le tourisme bienveillant nous invite à infléchir, ensemble, l'économie d'aujourd'hui pour créer **une société plus juste et plus durable** que nous souhaitons léguer **aux générations futures**.



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Anticiper

ETUDES MARKETING
ANALYSES ET EXPERTISES

08

Le tourisme est une industrie aujourd'hui incontournable, mais toujours fragile puisque soumise aux influences économiques, sociales, sécuritaires et climatiques. Dans un marché hyperconcurrentiel, il est également essentiel d'anticiper les attentes de nos clients, de nos visiteurs afin d'atteindre les succès espérés.



ETUDES MARKETING

ANALYSES ET EXPERTISES

OBJECTIFS

- Cerner le poids de l'économie touristique dans la région **et suivre son évolution.**
- Identifier et étudier **les clientèles prospects.**
- Définir la typologie des clientèles de demain **pour vous permettre d'adapter votre offre.**
- Cibler avec précision vos campagnes marketing
- Aider à la formalisation de vos prises de décision
- Accompagner les acteurs du tourisme et amplifier leurs actions en favorisant la mutualisation **et leur apporter les clés pour appréhender les tendances.**

NOS SERVICES ET ACCOMPAGNEMENTS

- Accompagnement pour l'élaboration de vos stratégies, pour vos projets d'investissement ou pour l'analyse de votre environnement touristique à partir des collectes de données et d'études mutualisées; mise en perspective des grandes tendances à venir...
- Accès aux données : chiffres clés, suivi et études des profils clientèles françaises et internationales, tourisme sectoriel, offre et fréquentation des hébergements.
- Un outil unique en accès libre sur notre site web pour cerner l'économie touristique de votre territoire : le METT.
- **VITE !** – Veille sur l'Innovation dans le Tourisme et l'Économie – la revue du web réalisée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Il s'agit d'un support de veille active assurant le suivi des tendances, des innovations et des clientèles.
- Un réseau des Observatoires départementaux et locaux animé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.
- Accompagnement / formation pour la création d'observatoires touristiques locaux.

PRIORITÉ À LA CONNAISSANCE DES CLIENTÈLES !

Mise en place d'études thématiques, mutualisables avec les partenaires intéressés, pour connaître les clientèles de demain. Déjà réalisées : Outdoor, Randonnée pédestre, Bien-être thermal... Et prochainement des études par marché.

Former

TRAJECTOIRES TOURISME

10

Clientèles de plus en plus exigeantes, nouvelles attentes, concurrence accrue, arrivée de nouveaux acteurs sur le marché, évolutions réglementaires et juridiques, tensions économiques..., le secteur du tourisme est en pleine mutation et vous avez tous – directement ou indirectement – été impactés.



TRAJECTOIRES TOURISME

Ces évolutions vous amènent à repenser vos structures, vos organisations, vos métiers et nouvelles compétences associées: nouvelles équipes, nouveaux enjeux et nouvelles missions, nouvelles manières de travailler et nouvelles formes de management, nouvelles ressources et nouvelles approches marketing...

Pour permettre à vos équipes de rester performantes à tous les niveaux de contact, mais également pour vous accompagner dans les nécessaires mutations de nos structures, Trajectoires Tourisme propose plus de 150 formations couvrant tous les domaines qui font le tourisme d'aujourd'hui et préparent celui de demain.

Par la formation, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et l'ensemble du pôle de professionnalisation s'attachent au maintien des emplois sur les territoires en permettant à chacun de s'adapter aux nouvelles compétences attendues dans le secteur du tourisme.

OBJECTIFS

- Contribuer à l'excellence du tourisme régional
- Proposer des formations spécialement conçues pour les acteurs du tourisme
- Préparer les professionnels aux nouvelles compétences

NOS GRANDS THEMES DE FORMATION

- Accueil
- Marketing
- Communication
- Ingénierie & Développement
- Management & Ressources Humaines
- Comptabilité & Juridique
- Commercialisation
- Apidae
- Langues étrangères

NOS SERVICES ET ACCOMPAGNEMENTS

Des formations catalogue portant sur les différents métiers et compétences requises dans le secteur du tourisme

Des formations sur-mesure pour prendre en compte, de manière spécifique, les problématiques, les contextes et les besoins en compétence des entreprises et/ou des territoires.

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

E-LEARNING

De nouvelles modalités de formation à distance pour enrichir les approches pédagogiques et s'adapter aux évolutions des pratiques professionnelles

WWW.TRAJECTOIRES-TOURISME.COM

Jouer collectif

APIDAE

**INGENIERIE ET
DEVELOPPEMENT**

**FONDS DE
DOTATION ET
MECENAT**

12

Accompagner, amplifier, mettre en réseau les acteurs du tourisme de la région est un axe stratégique prioritaire pour Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Que ce soit, pour organiser, gérer et diffuser ses datas avec Apidae, se regrouper pour développer les univers thématiques pour la pleine nature, l'itinérance, la montagne, l'art de vivre et le bien-être thermal ou pour mettre en place de nouveaux modèles de financement grâce au fonds de dotation ou au mécénat.



Apidae



Permettre à chaque territoire, membre du réseau Apidae, de disposer de tous les services et outils pour gérer, enrichir et exploiter ses données touristiques, en garder la maîtrise, et les mettre au service de ses stratégies numériques et de son attractivité territoriale. Apidae s'inscrit comme le chaînon stratégique des politiques de développement touristique de nos territoires.

Apidae est une plateforme en ligne mais avant tout, un réseau de femmes et d'hommes. En témoigne le symbole choisi de la ruche et des abeilles ! Depuis 2004, ce projet fait appel à l'intelligence collective, dans le respect des personnes, de leur structure et de leur territoire.

OBJECTIFS

- **Structurer et simplifier les relations entre tous les acteurs de l'écosystème touristique** pour accroître l'économie locale (#AttractivitéTerritoriale).
- **Faire des économies d'échelle** du fait de la mutualisation et de l'industrialisation des outils et des pratiques (#Efficience).
- **Créer de la valeur et la redistribuer** vers tous les acteurs, de façon équitable et transparente (#Transparence).
- **Maitriser le chaînon stratégique de l'information** dans la chaîne de valeur de l'économie touristique et dans l'organisation des démarches SMART par les territoires (#ChaineDeValeur).
- **Disposer d'une data touristique** riche, fiable, accessible et évolutive (#DataTouristique).

APIDAE-TOURISME.COM

NOS SERVICES ET ACCOMPAGNEMENTS

Ce que la plateforme Apidae permet :

- Créer, mettre à jour, enrichir, partager sa donnée touristique.
- Collaborer avec ses pairs (autres organisations territoriales) ou des partenaires (réseaux complémentaires) pour exploiter sa donnée touristique.
- Collaborer avec des partenaires ou des prestataires de services pour créer, exploiter, enrichir, diffuser, sa donnée touristique seule ou associée à d'autres data et lui donner plus de valeur.
- Organiser, manager, répartir les rôles, faire collaborer les équipes autour de projets communs porteurs de sens pour toute l'entreprise.

Ce que l'écosystème de services propose aux membres du réseau en collaboration avec Apidae:

- Créer, enrichir, gérer des données autres que touristiques.
- Gérer des données de disponibilité en temps réel présentes dans les plateformes de réservation et proposer de la vente en ligne.
- Créer des tracés pour les circuits sur des fonds de carte.
- Gérer des profils clients (comportements, profils, historique de consommation...).

EN ROUTE VERS LA CREATION D'UNE COOPERATIVE

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et le comité exécutif réfléchissent à la mise en place d'une nouvelle structure juridique de type SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif) pour porter le réseau Apidae.

La finalité de ce type de société est de fournir des biens et services présentant un caractère social. Chaque membre du réseau pourrait avoir vocation à prendre des parts dans cette société et devenir associé. Les statuts sont en cours de rédaction pour une constitution en 2020.

INGENIERIE ET DEVELOPPEMENT

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise son accompagnement des offres touristiques en 4 univers thématiques, en lien avec les thématiques d'excellence de la Région.

L'OUTDOOR ET LE TOURISME ITINERANT

- Accompagner la mise en place d'une offre outdoor adaptée aux clientèles
- Accompagner la structuration et la mise en marché de l'offre des Itinéraires de pleine nature et des véloroutes voies vertes
- Optimiser les retombées économiques
- Développer et optimiser l'offre des Territoires d'Excellence pleine nature
- Adapter l'offre aux nouvelles clientèles

LA MONTAGNE

- Encourager le renouvellement générationnel des clientèles
- Développer une offre « montagne toutes saisons » attractive, principalement en moyenne montagne et l'été
- Conquérir les clientèles et élargir la fréquentation touristique aux ailes de saison
- Favoriser la mise en réseau et les synergies entre les partenaires et territoires, autour de la stratégie montagne et des actions d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

L'ART DE VIVRE

- Faire d'Auvergne-Rhône-Alpes une véritable destination oenotouristique et gourmande « la région du bien manger et du bien vivre », en France et à l'international.
- Développer des partenariats avec les réseaux existants pour des actions de promotion communes
- Contribuer à la mise en marché de l'offre Art de vivre.
- Déployer la nouvelle destination la Vallée de la Gastronomie - France, en partenariat avec les régions Bourgogne-France-Comté et Provence-Alpes - Côte d'Azur.
- S'appuyer sur l'offre culturelle et les Sites Touristiques Emblématiques pour renforcer l'image et la notoriété de la région.

LE BIEN-ETRE THERMAL

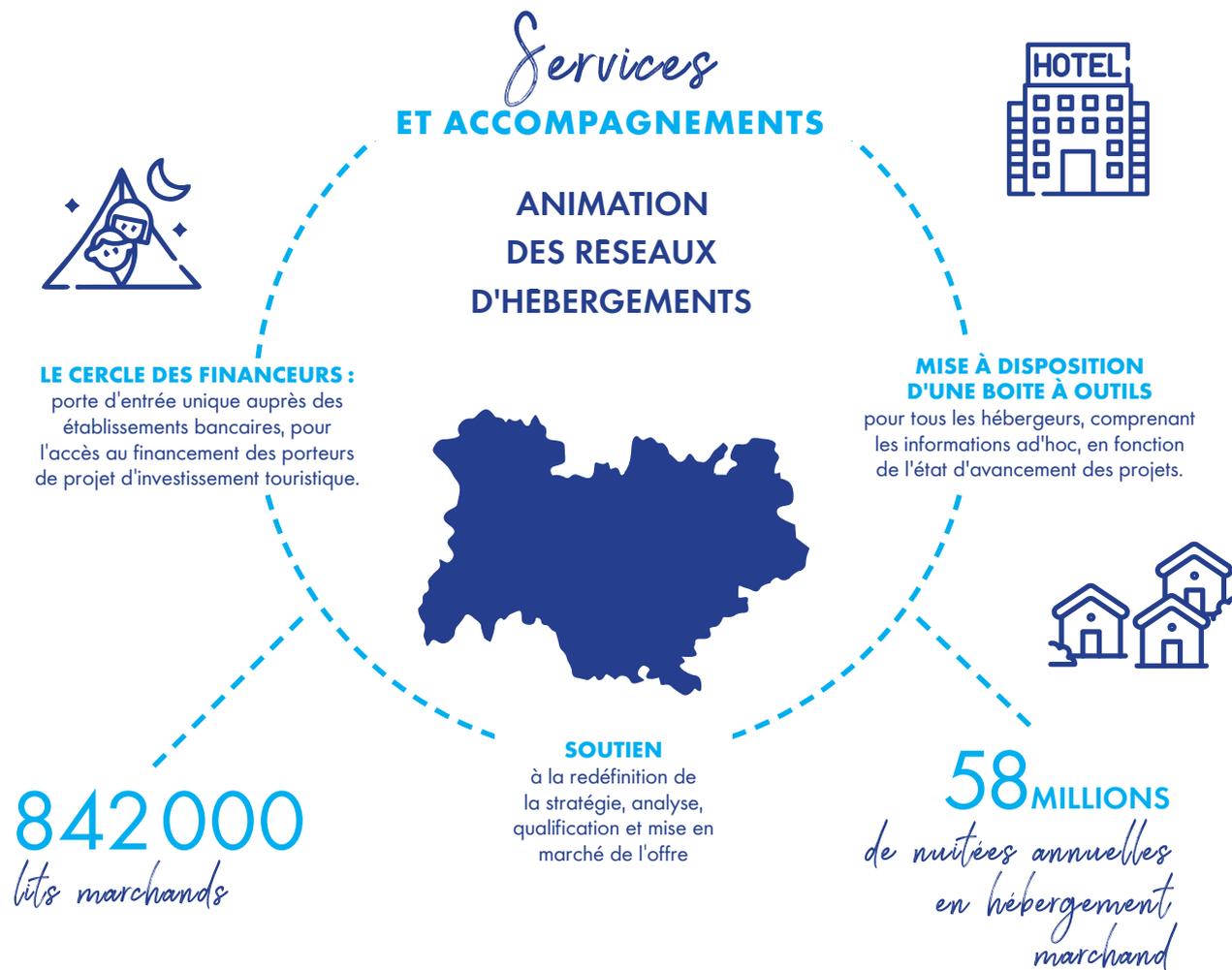
- Développer la notoriété du bien-être thermal.
- Animer le réseau des stations thermales en Auvergne-Rhône-Alpes en lien avec les deux fédérations Auvergne Thermale et Rhône-Alpes Thermal Balineae.
- Faire émerger une offre prévention santé en phase avec les préconisations du plan thermal régional
- Accompagner les stations dans la définition d'une offre différenciante



INGENIERIE ET DEVELOPPEMENT

L'HEBERGEMENT TOURISTIQUE

Développement et valorisation des hébergements touristiques, essentiels en termes d'aménagement du territoire et d'accès aux vacances du plus grand nombre dont les familles et les jeunes



LA PLACE DE MARCHÉ

Accompagnement des départements, leurs territoires et professionnels du tourisme dans une démarche de professionnalisation et de commercialisation (seuls ou auprès de prescripteurs), en proposant un système électronique de distribution et de vente en ligne de produits touristiques, communément appelé « place de marché » (relation directe client potentiel et producteur).

Ces missions sont menées en concertation avec les univers thématiques (Outdoor et itinérance, Montagne, Bien-être thermal et Art de Vivre) ainsi qu'avec la Direction du tourisme de la Région (dispositif d'ingénierie en amont) et les collectivités territoriales.

INGENIERIE ET DEVELOPPEMENT

MARQUES ET LABELS



FONDS DE DOTATION ET MECENAT

Innovons dans nos modes de fonctionnement pour appréhender efficacement le tourisme de demain.

LES PARTENARIATS STRATEGIQUES

Faire bénéficier le partenaire de l'ensemble de nos moyens (avec contractualisation pour définir le plan d'actions projeté, les ressources mises en œuvre et les contreparties).

Auvergne Rhône-Alpes délivre des prestations sur-mesure, se mobilise en interne pour une analyse 360° et valide avec le Partenaire un calendrier d'actions et des engagements. Les prestations s'inscrivent dans une logique de kits sur-mesure, couvrant nos 5 métiers : les études et action d'ingénierie, la professionnalisation des acteurs, le développement de l'offre, la promotion et la commercialisation des produits et services proposés par le Partenaire.

OBJECTIFS

— **Accélérer notre attractivité commune** par une mutualisation de moyens, une mobilisation des savoir-faire et vous permettre d'engager un nouveau projet en mobilisant l'ensemble de nos capacités (jusqu'à notre savoir-faire digital et nos facilités de mises en relations).

LES ACTIONS DE MECENAT

Pour agir dans le champ de l'intérêt général, dans le cadre du Tourisme Bienveillant, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme ouvre un Fonds de dotation, structure la plus à-même de délivrer un soutien matériel (sans contrepartie de la part du bénéficiaire), à un organisme sans but lucratif pour des actions ou des activités présentant un caractère d'intérêt général.

La vocation du fonds de dotation : faire du tourisme un outil de cohésion sociale, de découverte de l'autre, de sensibilisation et de préservation de l'environnement.

Le Fonds de dotation va porter une vision partagée puisque cette structure regroupera 5 Partenaires Fondateurs aux côtés d'Auvergne Rhône-Alpes Tourisme. Nous nous engageons dans cette aventure collective pour lancer des projets de recherche, pour réaliser des actions innovantes (par leur objet, leur déroulé opérationnel, leurs publics bénéficiaires, les types de Mécènes engagés, les enseignements/constats et bonnes pratiques collectés).

Nouveau service induit : ce Fonds de dotation pourra délivrer un accompagnement administratif et technique aux acteurs touristiques dans leur politique de mécénat, principalement :

- Les acteurs de l'intérêt général (associations notamment) qui souhaiteraient mener leur propre campagne de levée de fonds (sans disposer de l'outil juridique ad hoc),
- Les entreprises du tourisme qui souhaiteraient contribuer à des actions de mécénat (ayant défini un objet mais sans capacité à « transformer » l'essai et à mobiliser les outils d'incitation fiscale).

Mettre en marché

**PROMOTION
INTRAREGIONALE**

—

**PROMOTION
FRANCE**

—

**PROMOTION
INTERNATIONALE**

La mise en marché, étape indispensable, impose d'avoir la bonne adéquation entre le produit proposé, les attentes de la clientèle et la capacité de se rendre visible. Ainsi, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme apporte les outils nécessaires aux acteurs du tourisme pour définir les cibles les plus pertinentes pour leurs offres, du marché intrarégional aux marchés long-courrier en passant par la France et les marchés européens et les accompagne en proposant des actions mutualisées pour le bénéfice de tous, workshops, démarchages, relations presse et influenceurs, salons spécialisés...



4 cibles

AFFINITAIRES PRIORITAIRES

**LES NATURE LOVERS /
LES OUTDOOR
ADDICTS / LES
LIFESTYLE TRAVELERS
/ LES GRANDS
VOYAGEURS**

*Nos services et
accompagnements*

**POUR LES ACTEURS
DU TOURISME PRIVÉS
ET PUBLIC**

20

Conseil et accompagnement sur les marchés. Coordonner et mutualiser les actions de promotion en lien avec les acteurs privés ou publics :

- **Campagnes digitales** ciblées sur les clientèles adéquates.
- **Organisation des espaces régionaux** sur les salons spécialisés BtoC ou BtoB et des évènementiels dédiés
- **Organisation d'éducteurs et démarchages des tours opérateurs**
- **Relations presse:** dossier de presse, conférences de presse et accueils de journalistes et d'influenceurs.
- **Faciliter le parcours clients** et assurer la diffusion de supports de communication adaptés: productions de films, de photos, réalisation des supports print ou online

Promotion INTRAREGIONALE

27%
*de la clientèle française
en Auvergne-Rhône-Alpes*

Une priorité en lien avec le tourisme bienveillant (lissage de la fréquentation sur l'année et sur l'ensemble du territoire, empreinte carbone...)

STRATEGIE

- Des actions de stimulation de la consommation en week-end et courts séjours, digitales ou évènementiel. Etablies à partir des études clientèles menées en co-construction avec les partenaires.

Promotion FRANCE

152 MILLIONS
*de nuitées réalisées par
la clientèle française en
Auvergne-Rhône-Alpes*

STRATEGIE

Actions de promotion, de communication et relations presse menées par les pôles thématiques Outdoor / Itinérance, Montagne, Art de Vivre, Bien-être thermal; Etablies à partir des études clientèles réalisées.

Promotion INTERNATIONALE

15,9 MILLIONS
de nuitées marchandes en
Auvergne-Rhône-Alpes

ENJEUX

Consolider l'activité et continuer à faire progresser le volume des nuitées touristiques sur chacun des marchés cibles,

Lisser la fréquentation tout au long de l'année en travaillant les couples « marchés / produits » les plus adaptés,

Rechercher un bon équilibre territorial, en évitant l'over-tourisme, en favorisant l'itinérance, la découverte et la revisite,

Favoriser la consommation touristique sur les territoires, en travaillant sur le design de l'offre, sa valorisation et sa promotion.

STRATEGIE

Marchés très matures : "Faire Découvrir" en favorisant la découverte, la revisite et en stimulant la consommation locale, à travers des opérations BtoC, médias et d'influence

Marchés matures : "Faire venir" en renforçant l'attractivité sur les marchés, en stimulant les marchés et cibles en mode BtoC, et BtoBtoC

Marchés moyennement matures : "Faire aimer" en travaillant l'image, à travers des opérations médias et BtoB

Marchés peu matures : "Faire connaître" en travaillant la notoriété, à travers des opérations BtoB

MARCHES CIBLES

Marchés Europe prioritaires : Grande-Bretagne, Belgique, Allemagne et Pays-Bas

Marchés Europe secondaires : Suisse, Italie, Espagne et Scandinavie

Marchés Moyens et Longs courriers prioritaires : USA-Canada, Russie, Chine, Proche et Moyen Orient (y compris Israël, Arabie, Emirats, Liban)

Marchés moyens et longs courriers secondaires : Brésil, Japon, Inde, Corée

Connecter

LA COMMUNICATION DIGITALE

LA COMMUNICATION PARTAGER ET ECHANGER

22

Connecter les offres adéquates aux publics cibles, amplifier les prises de paroles en jouant collectif, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme déploie son expertise avec des plans d'actions mutualisés à l'échelle nationale mais également à l'international, au service des univers thématiques, sur les réseaux sociaux et les réseaux d'influenceurs adéquats.

Mais la connexion est également indispensable entre nous, acteurs du tourisme, pour échanger, partager l'information et les expériences pour le bénéfice de tous. C'est l'objectif du dispositif de communication professionnelle mis en place et animé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.



LA COMMUNICATION DIGITALE

La transformation digitale révolutionne au quotidien les services et les offres touristiques de l'ensemble de notre secteur d'activité. Elle nous pousse à nous réinventer en permanence. Dans ce contexte hyper concurrentiel où le temps s'accélère et où le client devient media, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme développe une stratégie digitale sur les réseaux sociaux et auprès des réseaux d'influenceurs au service de l'ensemble de la région ainsi que des pôles thématiques Art de vivre, Outdoor, Montagne, Bien-être thermal sur l'ensemble des marchés ciblés : intra-régional, France et International.

OBJECTIFS

Inspirer nos publics affinitaires

- Amplifier nos prises de parole et l'engagement des publics à propos de nos destinations et thématiques stratégiques
- Rediriger vers les sites de visites et espaces d'information pertinents

MOYENS

Avec des stratégies différenciées en fonction des marchés et des cibles :

• INTRA-REGIONAL ET FRANCE

Stimuler la consommation avec des campagnes géolocalisées.

• EUROPE

Développer la notoriété Auvergne-Rhône-Alpes et valoriser les expériences thématiques grâce à une stratégie d'influence et des campagnes digitales en partenariat avec les destinations et Atout France. Exemple : les campagnes pan-européennes.

• LONG COURRIER

Développer la notoriété et l'image d'Auvergne-Rhône-Alpes en lien avec les marques touristiques du territoire. Exemple : Wechat en Chine avec la coordination des prises de parole des partenaires par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

DIVERSIFICATION DIGITALE & STRATEGIE D'INFLUENCE

En permanente évolution et adaptation, la stratégie digitale d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'ouvre progressivement en 2020 à d'autres réseaux et canaux afin de diminuer la dépendance aux GAFAs : évolution des indicateurs et de la ligne éditoriale pour maîtriser la course aux fans et aux likes, élargissement des champs de diffusion, projets de partenariats nouveaux médias... nous imaginons comment communiquer autrement tout en restant performants, en interrogeant notre impact sur nos économies et notre environnement.

La stratégie d'influence est dorénavant au cœur de nos dispositifs en travaillant à la fois avec des icônes contemporaines, mais également avec des influenceurs sélectionnés finement sur leurs postures et leurs communautés afin de toucher nos cœurs de cible communs.

LA COMMUNICATION PARTAGER ET ECHANGER

Le marché du tourisme mondial explose, les attentes se complexifient et le niveau d'exigence s'élève. Auvergne-Rhône-Alpes doit y revendiquer sa place. Créer du liant à l'échelle régionale, voici la mission de « Renaître ici », notre positionnement de communication: une promesse consommateurs forte de transformation, en phase avec des aspirations profondes et également une promesse attractive, différenciante, et surtout « embrassante » c'est-à-dire compatible avec les univers de communication des autres marques de destinations du territoire : un fil conducteur générateur de valeur ajoutée commune entre nous tous, acteurs de l'attractivité de notre territoire touristique et qui s'enrichit maintenant de la vision d'un tourisme bienveillant, porteur de sens et témoignant pour les visiteurs de notre engagement.

NOS SERVICES ET ACCOMPAGNEMENTS

- **Le positionnement Renaître ici :** La charte graphique du concept est disponible sur demande.
- **La photothèque Auvergne - Rhône - Alpes Tourisme :** 4000 visuels à disposition pour votre promotion.
- **Vidéotheque :** des vidéos disponibles pour vos propres films et montages.
- **Relations presse :** organisation de conférences de presse et accueils presse.
- **Des médias au service des acteurs du tourisme pour s'informer et échanger:** site professionnel, news, Facebook pro...

LES ACCUEILS PRESSE

Les Relations presse sont un des leviers majeurs pour la stratégie de communication et la notoriété de Auvergne-Rhône-Alpes et des thématiques d'excellence. Ainsi, elles se traduisent tout particulièrement par des accueils de journalistes, blogueurs et influenceurs en région. Si Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise le recrutement et la logistique des séjours, ces accueils requièrent la participation des professionnels sur le terrain, agences départementales, offices de tourisme, hébergeurs, prestataires d'activités, sites touristiques...

Pour une mise en place optimum, des modalités de prises en charge ont été définies, permettant à chacun de participer et se rendre visible : Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise et prend en charge un accueil dans la mesure où il se déroule sur au moins deux destinations ou deux départements et qu'il provient des marchés cibles. Ces prises en charge consistent en 100 % des coûts des transferts dans la région et 50 % des coûts d'hébergement. Restent à charge de nos partenaires : les frais d'acheminement en région pour Atout France et/ou les transporteurs et pour les agences départementales, les offices de tourisme, hébergeurs, prestataires, 50 % des hébergements et 100 % des activités et de la restauration.



NEWSLETTER PRO

📶 16 000 abonnés

DEUX NEWSLETTERS

🕒 Mensuelle

🕒 Trimestrielle

NEWS ACTEURS

Contenus | promo
| recherche
partenaires

NEWS LEADERS D'OPINION / INSTITUTIONNELS

Contenus Actions |
résultats | chiffres



LES RENCONTRES PARTENARIALES

MEET & MATCH

Auvergne-Rhône-Alpes
Tourisme organise chaque
fin d'année, des journées de
rencontre entre les acteurs
du tourisme, pour préparer
ensemble les plans d'actions de
l'année suivante.



SITE PRO

plateforme de gestion de contenu
pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com

RESEAU D'ECHANGES



TOURISME PRO EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

📶 1 276 abonnés

INTERPELLATIONS
colloques | conférences

VIDEOS DE MISE EN SCENE
chiffres études marketing

25

**EQUIPES AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES TOURISME**
ambassadeurs

PAROLES DE PRO
interview | vidéo | vos avis
| vos expériences | vos
commentaires (échanges
entre acteurs locaux)

ENTRE ACTEURS

CONTENUS QUALIFIES
annonces | conclusions |
contenus majeurs
de nos actions



TWITTER PRO

📶 3 128 abonnés

FLUX ACTUALITES TEMPS REEL
TourismePros



LINKEDIN

📶 2 423 abonnés (page
entreprise Auvergne-
Rhône-Alpes Tourisme)

FLUX ACTUALITES TEMPS REEL

Organigramme

DES EQUIPES À VOTRE SERVICE



PRESIDENT
Nicolas Daragon

COMITE DE DIRECTION



DELEGUEE AUX RELATIONS
INSTITUTIONNELLES & INTERNES
Houaria Belkacem
06 29 49 28 28



DIRECTEUR GENERAL
Lionel Flasseur
06 66 91 04 43



RESPONSABLE DES
PARTENARIATS STRATEGIQUES
Jean-Marie Hebert
06 08 60 46 40



DIRECTRICE ADMINISTRATIVE
FINANCIERE & JURIDIQUE
Nathalie Mandelli
07 71 35 18 43



DIRECTRICE DES
RESSOURCES HUMAINES
Véronique Philippot
06 06 86 82 12



DIRECTEUR DELEGUE
INGENIERIE & MARKETING
DE L'OFFRE
DIRECTEUR DELEGUE
DU SITE DE CLERMONT
Jean-Francois Jobert
06 48 91 99 29



DIRECTEUR DELEGUE
COMMUNICATION
& DEVELOPPEMENT
INTERNATIONAL
Laurent Cormier
06 08 85 72 44

DIRECTION ADMINISTRATIVE FINANCIERE & JURIDIQUE



DIRECTION
ADMINISTRATIVE
FINANCIERE & JURIDIQUE
Nathalie Mandelli
07 71 35 18 43



RESPONSABLE
ADMINISTRATIVE
& FINANCIERE
Sylvie Gilbert
04 73 29 49 32



COMPTABILITE
Bernadette Bouclier
04 73 29 49 31



ADMINISTRATION
Séverine Raymond
04 73 29 49 65



LOGISTIQUE
Sylvie Christin
04 73 29 49 66



RESPONSABLE
CONTROLE FINANCIER
Fabienne Chatelain
06 14 44 50 51



COMPTABILITE
Gaëlle Garguette
06 15 94 28 35



COMPTABILITE
Frédéric Veyrieres
06 13 83 94 16



COMPTABILITE
Nadine Bravo
06 15 94 28 35

DIRECTION COMMUNICATION & DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL



MARKETING DIGITAL
Aurélie Devif
06 76 81 57 79



DIRECTION COMMUNICATION
& DEVELOPPEMENT
INTERNATIONAL
Laurent Cormier
06 08 85 72 44



ASSISTANTE
DE DIRECTION
Sophie Abgrall
06 29 49 30 81



CM & CAMPAGNES
DIGITALES
Ghislaine Borie
04 73 29 49 69



INTERNATIONAL
ET PROMOTION
MONTAGNE
Christian Douchement
06 34 90 80 29



CAMPAGNES DIGITALES
& INFLUENCE
Maxime Parraud
04 73 29 29 87



MARCHE INTRA
REGIONAL
Sophie Lemoine
06 23 07 24 72



PROMOTION & RP
EUROPE
Irène Tronchet
06 79 14 32 12



CHEF DE PROJET WEB
Pao Vang
06 12 89 91 45



COMMUNICATION
Séverine André
06 23 03 52 38



PROMOTION & RP
EUROPE
Anissa Guenfoud
06 71 52 22 08



CM & CAMPAGNES
DIGITALES
Anne-Sophie Robin
06 23 03 51 29



PROMOTION & RP EUROPE
Ophélie Laffuge
06 13 83 94 25



CM & CAMPAGNES
DIGITALES
Sébastien Martin
04 73 29 49 91



COMMUNICATION
PROFESSIONNELLE
Anne André
06 22 41 64 03



LONG-COURRIER
Corine Renard
07 86 51 83 75



IMAGES & VIDEO
Elsa Lelandais
06 42 15 47 93



COMMUNICATION
& BANQUE D'IMAGES
Valérie Bacquenois
06 07 53 86 11



LONG-COURRIER
Rachel Grégoris
06 87 71 90 41



DIGITAL MANAGER
INTERNATIONAL
Alexandre Jacques
06 26 07 80 89



PRESSE FRANCE
Corinne Boulègue
06 61 27 27 45



INDE
Barbara Breheret
06 11 22 81 63



PRESSE FRANCE &
INTERNATIONALE
Vanessa Michy
06 61 27 27 48



RUSSIE ET CEI
Isabelle Jamson
06 30 36 76 33

APIDAE



DIRECTRICE
DE PROJET Apidae
Karine Feige
06 87 71 90 46



COMMUNICATION
EDITORIALE &
INFLUENCE
Céline Brossard
06 14 44 49 37



COORDINATION
DES DEVELOPPEURS
Serge Bregliano
04 73 29 49 95



COORDINATION
DES ANIMATEURS
Verane Garnier
06 85 64 06 47



PARTENARIATS ET DPO
Claudia Peteau
06 23 03 52 42



COORDINATION
INTER-REGIONALE
Virginie Robesson
06 27 39 33 62



ACCOMPAGNEMENT
DES UTILISATEURS
& COACHING
Guénaëlle Le-Ny
06 12 42 40 49

DIRECTION INGENIERIE & MARKETING DE L'OFFRE



COOPERATIONS &
PROJETS EUROPEENS
Thomas Ducloutier
06 78 54 35 24



DIRECTION INGENIERIE
& MARKETING DE L'OFFRE
JEAN-FRANCOIS JOBERT
06 48 91 99 29



ASSISTANTE DE
DIRECTION
Murielle Pieczanowsky
04 73 29 49 30



MONTAGNE
ART DE VIVRE -
HEBERGEMENTS
Muriel Antoniotti
06 87 71 90 37



OUTDOOR
& BIEN-ETRE
Delphine Chabert
07 71 35 34 46



TOURISME
GOURMAND
Martine Bridier
06 87 71 90 43



ETUDES MARKETING
Guilhem Poncy
06 32 34 85 78



DEVELOPPEMENT
ITINERANCES
Dominique Bambier
04 73 29 28 25



TOURISME
GOURMAND
Mélanie Barachet
06 87 71 90 43



ETUDES, ENQUETES
ET ANALYSES
Christelle Lepoutre
06 14 44 50 86



PROMOTION
VIARHONA
Sylvaine Vallini
06 48 20 18 31



OENOTOURISME &
SITES EMBLEMATIQUES
Isabelle Faure
06 08 85 72 39



INDICATEURS ET
EVALUATIONS
Corine Andraud
04 73 29 49 76



PROMOTION
OUTDOOR
Caroline Chouvy
04 73 29 28 26



GENERATION
MONTAGNE &
HEBERGEMENTS
Nathalie Vallier
06 32 71 59 54



ETUDES, VEILLE ET
OUTILS
Karen Dimier Vallet
04 73 29 49 63



BIEN-ETRE THERMAL
Lawrence Duval
06 07 65 57 54



E.COMMERCE
Aurore Rodde
04 73 29 49 44



PROFESSIONNALISATION
Stéphane Orsini
06 85 55 05 52



DEVELOPPEMENT
OUTDOOR ET VELOROUTES
VOIES VERTES
Romain Fayolle
06 15 94 23 17



LABELS &
HEBERGEMENTS
Céline Coudouel
04 73 29 49 96



ADMINISTRATION
Séverine Raymond
04 73 29 49 65



LABEL VILLES ET VILLAGES
FLEURIS
Murielle Pieczanowsky
04 73 29 49 30



FORMATION SUR
MESURE & INGENIERIE
FINANCIERE
Nancy Jarrosson
07 60 68 02 02



INGENIERIE
MONTAGNE
Céline Crouzet
06 09 21 46 50



ADMINISTRATION
Sophie Abgrall
06 29 49 30 81



FORMATION
INTER-ENTREPRISE
Karel Chauchepat
04 73 29 49 67



FORMATION DIGITALE
Naïs Nury
06 85 62 79 95



CATALOGUE 2020

Photos: B.Robert; J.L.Rigaux; J.Damase; P.Jaye; Tristanshu.com; Au Fil des Lumières; D.Frobert; photos équipes: M.Raymond. Conception / Mise en forme . . . bigbang / 2019.

LES DOMAINES D'INTERVENTIONS

DE LA RÉGION EN MATIÈRE DE TOURISME

La Région Auvergne-Rhône-Alpes consacre annuellement 25 millions en investissements et 12,5 millions en fonctionnement au bénéfice des entreprises et acteurs du tourisme qui agissent en faveur de la création d'emplois, la qualification et la structuration de l'offre.

—
01 Cinq thématiques d'excellence constituent le cadre d'intervention privilégié de la Région Auvergne-Rhône-Alpes :

- Pleine nature,
- Thermalisme et pleine santé,
- Diversification touristique de la montagne : montagne 4 saisons.
- Tourisme itinérant et grandes randonnées,
- Gastronomie et œnotourisme.

—
02 Des thématiques transversales viennent compléter les dispositifs d'actions en faveur du tourisme, visant à conforter l'offre touristique et consolider les destinations nombreuses et diversifiées :

- Hébergement touristique (ingénierie préalable et investissements), soutien aux refuges, hébergements collectifs, gîtes de groupe, hôtellerie indépendante, hôtellerie de plein air et hébergements hybrides.
- Sites touristiques emblématiques, 26 sites sont accompagnés par la Région à l'échelle d'Auvergne-Rhône-Alpes.

—
03 Enfin, à travers l'action du comité régional du tourisme « Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme », les territoires de la région sont accompagnés pour conforter les destinations touristiques, en cherchant à mutualiser et rationaliser les moyens dédiés à la promotion touristique.

Collectivité stratégique en matière de développement économique et touristique, le Conseil régional œuvre en concertation étroite avec les Départements, avec des signatures de conventions de partenariat à la clé, afin de coordonner les actions prioritaires à mener.

Contact

Direction du tourisme
T. 04 26 73 49 67
direction.tourisme@auvergnerhonealpes.fr



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

— LYON

11 bis Quai Perrache
69002 Lyon,
France

— CLERMONT-FERRAND

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

— CONTACT

pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com