

BIENVENUE



SOMMETS DU TOURISME 2019

08 octobre
RENCONTRES
PARTENARIALES
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
TOURISME



AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

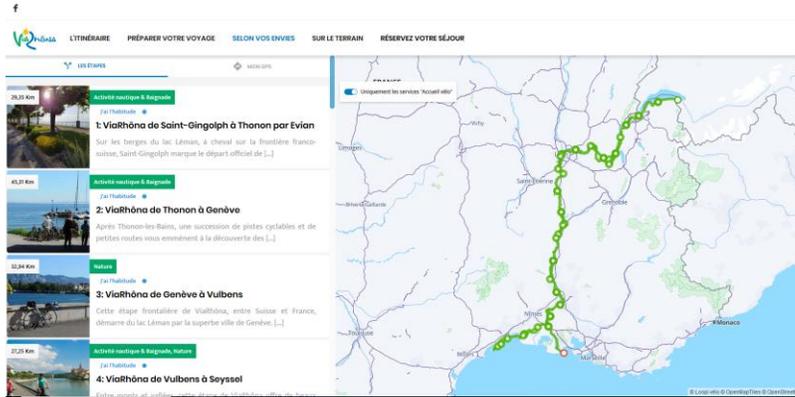


Plan d'actions 2020 Itinérance

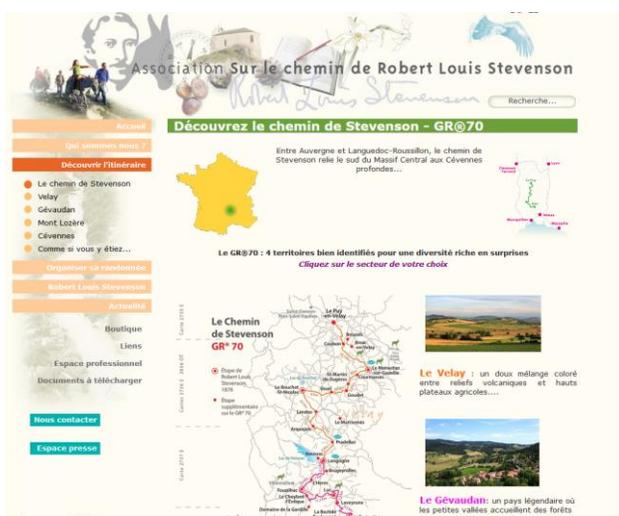


Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

L'itinérance touristique en AuRA définition



- Pratique **non motorisée** : vélo, pédestre..
- le touriste a la possibilité de faire un séjour avec au **moins deux étapes consécutives dans deux endroits différents** en étant mobile sur un itinéraire,
- Les itinéraires sont des parcours permettant des **expériences** porteuses de sens et de valeurs.



Etude de notoriété en cours



Positionner les grands itinéraires régionaux dans leur **environnement concurrentiel**

Décrypter le **vocabulaire** utilisé par les internautes dès lors qu'ils s'intéressent aux grands itinéraires

Clarifier les éléments de **notoriété d'image** de ces itinéraires

Quelques données sur la clientèle



Issu de l'enquête
Outdoor réalisée par
AuRA tourisme sur 6
marchés : **France +
zoom AuRA, Belgique,
Allemagne, Angleterre
et Pays-Bas**

4133 répondants

Prospect Outdoor
Itinérant = 944
répondants soit 23% de
l'échantillon



Voyagent en couple



Se renseigne sur le site de
destination



Hébergement et cadre naturel
importants pour choix
destination



Séjour plus nombreux au
printemps et à l'automne



Durée de séjour plus longue

**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Objectifs et cibles du Plan d'actions 2020

- ✓ **Structuration et mise en marché** de l'offre des itinéraires de pleine nature et des véloroutes voies vertes
- ✓ Développer la **notoriété** des grands itinéraires régionaux
- ✓ Accompagner les grands itinéraires régionaux dans la **production de contenus**

- Marché régional, France, Européens
- **Cibles** : outdoor addicts, nature lovers et toueurs





EN ROUTE POUR SAINT-JACQUES

Du Puy-en-Velay à Saint-Jacques-de-Compostelle, le GR65 est aujourd'hui bien plus qu'un chemin de pèlerinage. C'est l'aventure, la vraie. La découverte du patrimoine universel qui entoure ce chemin mythique se fait à pied, mais aussi à vélo, en VTT et même à moto.

ACHETEZ VOTRE TEMPS AVEC CHAMINA VOYAGES

SOMMETS DU TOURISME 2019

A qui s'adresse le plan d'actions

- Structures **porteuses d'itinéraires** structurés (comité d'itinéraire, association..)
- **Agences** programmant des produits d'itinérances
- **Territoires** traversés par de grands itinéraires

Synthèse des actions proposées



| Actions de notoriété7 | Description |
|---|---|
| 1 - Relations presse | DP régional avec intégration des infos sur itinéraires |
| 2 - Placement de contenu sur plateformes spécialisées | Négociation groupée Outdoor Active, autres |
| 3 -Salon spécialisés | Accès coordonné pour Lyon, Paris, autres |
| 4 - Accueil d'influenceurs | Choix des influenceurs pour leur visibilité et le contenu qu'ils créent |
| 5 - Coordination régionale plateforme FVT | Mettre en place un espace Auvergne-Rhône-Alpes sur le site national |
| 6 - Aide à la création de contenus | Partage de cahier des charges, de prestataires.. |
| 7 – Deux salons dédiés à l'étranger | Développer notoriété marchés européens |
| Actions de transformation | |
| 1 - Développer le lien avec les agences réceptives | Création d'un groupe de travail, réflexion sur un évènement. Promotion avec les producteurs de séjours |
| 2 - Accès à la solution Mytriptailor | Réservation en ligne hébergements à chacune des étapes |

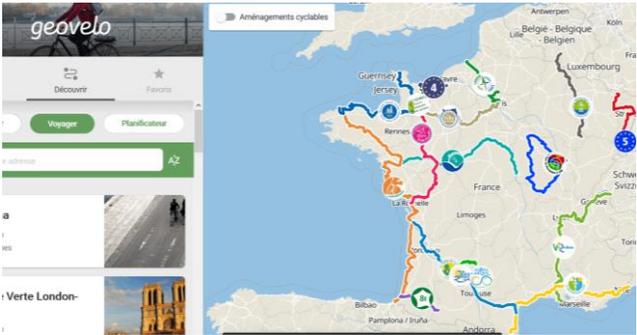
1 – Relations presse



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**

- **Objectifs** : Alimenter le dossier de presse Outdoor /Itinérance AuRA Tourisme. Déclencher des Accueils
- **Actions** : Faire remonter les nouveautés, les bons éléments pour les journalistes spécialisés
- **Indicateurs** : nombre d'articles, nombre d'accueils

2 – Placement de contenus sur plateforme



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**

- **Objectifs** : développer la notoriété de l’itinéraire
développer du trafic sur le site internet
des itinéraire
- **Actions** : négociation commune des tarifs si
plusieurs souhaitent travailler avec le même
prestataire/ accompagnement sur les choix des
plateformes suivant objectifs
- **Indicateurs** : hausse du trafic sur les sites internet
des itinéraires



3 – Salons spécialisés

- **Objectifs** : Accroître la notoriété des itinéraires auprès de clientèles ciblées
- **Actions** : mutualisation de présence d'itinéraires et de territoires sur Salon de la rando à Lyon, Destination Nature à Paris, autre
- **Indicateurs** : nombre de contacts



4 - Accueil d'influenceurs

- **Objectifs** : Accroître la notoriété des itinéraires auprès de clientèles ciblées/ créer du contenu

- **Actions** :
- sélection d'influenceurs avec une audience qualifiée
- Organisation de l'accueil

- **Indicateurs** : nombre d'impressions, like, commentaires

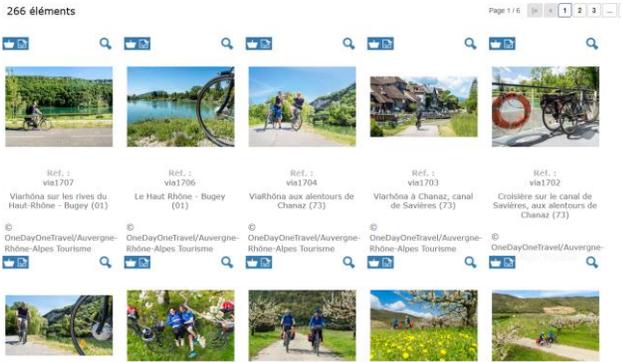


5 - Coordination régionale FVT



- **Objectifs** : développer le nombre d'itinéraires régionaux présents sur la plateforme nationale, développer leur notoriété
- **Actions** : référencer les itinéraires régionaux souhaitant apparaître sur la plateforme (attention aux critères), négocier un coût global à répartir
- **Indicateurs** : trafic sur le site des itinéraires

6 -Aide à la création de supports de communication



- **Objectifs** : accompagner les itinéraires dans la création de photos, vidéos pour alimenter réseaux sociaux, site internet...
- **Actions** : catalogue de prestataires en ligne, exemple de cahier des charges partagé, aide à la définition des cibles.
- **Indicateurs** : nombre de supports disponibles sur les itinéraires



7 – Salons Europe CMT Fahrrad – Fiets en wandelbeurs

- **Objectifs** : développer la notoriété des grands itinéraires régionaux sur les marchés européens porteurs...
- **Actions** : banque AuRA tourisme dédiée aux grands itinéraires
- **Indicateurs** : nombre de contacts



1- Développer le lien avec les agences réceptives



- **Objectifs** : Développer le nombre de séjours autour des itinéraires. Augmenter les retombées économiques liées aux itinéraires
- **Actions** : Recueil des contenus intéressants pour les agences. Réflexion sur un évènement type GreenFrance, Cycle Summit...Actions de promotion avec les producteurs
- **Indicateurs** : nombre de séjours en Région vendu par les agences



Vous souhaitez valoriser et mettre en marché votre territoire ?

Bonne nouvelle !

Le CRT Auvergne Rhône a noué un partenariat cadre avec MyTripTailor Pro



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

mytriptailor
PRO

en partenariat avec  MICHELIN

Rejoignez la dynamique et profitez de :

- ✓ **Technologies** innovantes & **ressources** dédiées
- ✓ **Visibilité & Audience** qualifiée
- ✓ **Conditions commerciales** privilégiées

Notre objectif commun :

Cohérence ► Qualité ► Performance

MyTripTailor Pro

Notre métier

Vous accompagner afin de promouvoir & commercialiser vos offres de séjours en mobilité

Avec MyTripTailor, créez et distribuez des expériences touristiques thématiques qui vous ressemblent !



Valorisation d'itinéraires locaux en mobilité douce.

- Dolce Via en vélo & VAE
- Tour du Tanargue en randonnée



Thématisation de séjours pour cet itinéraire National.

Ex. de thématiques : Séjour vélo-oenologie, culture & patrimoine, festivals, itinérance en Famille



Création de séjours en mobilité avec les acteurs locaux

- Dynamisation et mise en réseau des acteurs
- Création de séjours en mobilité douce



La chaîne de valeur

Préparation du séjour

In Situ

Voyageurs

3 pers.
4 jours

**Réservation de séjour
MyTripTailor**

Panier moyen : **390 €***

**Réservation
Expériences**

Panier moyen : **240 €***

**Dépenses
en séjour**

Panier moyen : **440 €***

**Services &
informations**

Guide, App mobile,
conseils locaux

Prestataires

4 nuits réservées en
moyenne par séjour

2 activités réservées
en moyenne par
séjour

Dépenses locales
(Transports,
alimentation ...)

Accompagnement des
voyageurs en séjour

Territoire

Retombées économiques directes

**Retombées
indirectes**

Services aux voyageurs
Fidélisation

1 065 € en moyenne de **retombées économiques** pour le territoire pour chaque séjour vendu.
+ **nombreuses retombées indirectes** (consommation locale, **audience & notoriété** de la destination)

Déploiement du partenariat

Séjours en itinérance

Création & thématisation des séjours réservables (3 étapes max)

➤ Contenu des séjours

- ❑ Intégration des **offres réservables** de votre territoire
- ❑ Intégration de vos **contenus** et données **Apidae**
- ❑ Fourniture **inventaires** d'hébergements MyTripTailor Pro
- ❑ **Technologies** MyTripTailor Pro
- ❑ **Accompagnement** par un Chef de projet
- ❑ Un **guide personnalisé**
- ❑ Un **application** de guidage

➤ Diffusion

- ❑ **Diffusion** sur l'Univers de la **Destination** et de ses partenaires & sur **MyTriptailor** et **Michelin Voyage**

➤ Responsabilité

- ❑ MyTripTailor commercialise ces séjours en marque blanche et porte la responsabilité commerciale & juridique du voyage (Licence Atout France)

➤ Prix par itinéraire :

- ❑ 4 500 € pour une durée de 2 ans
- ❑ Comprend : Set Up de la solution, Licence & maintenance sur 2 ans



Vous souhaitez plus
d'informations ?

RDV à notre Bureau XX
pour échanger



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

mytriptailor
PRO

en partenariat avec



MICHELIN



Cas particulier : Via Allier

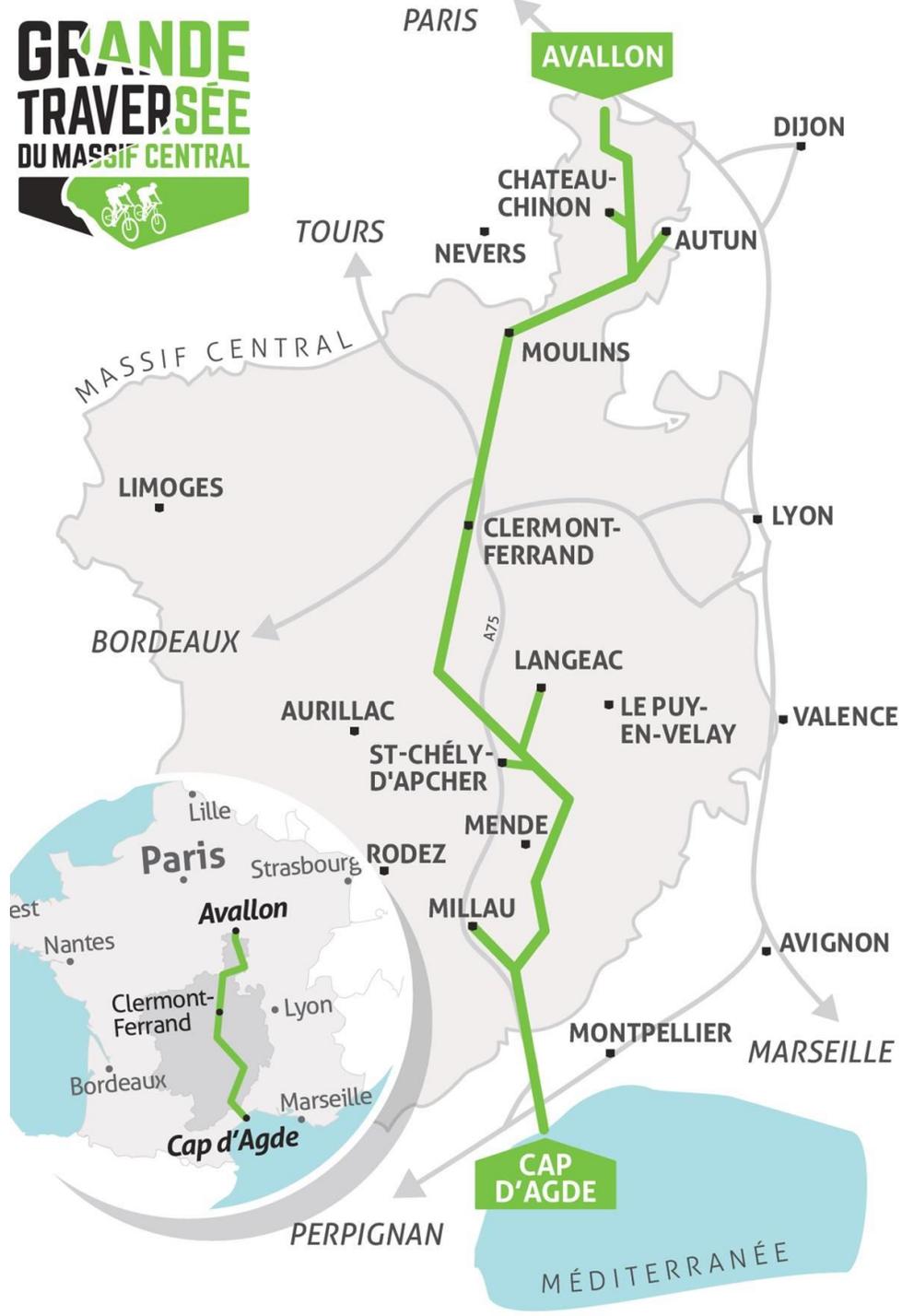


- 300 kilomètres **jalonnement continu** printemps 2020
- Cotech le 11 octobre prochain proposition de mise en place **Comark**
- Travail en collaboration avec partenaires pour **création contenus** et notamment site internet

Cas particulier : V50 – Moselle- Saône à vélo



- Groupe de travail **Promotion-Communication** mis en place par le chef de file du comité d'itinéraire
- AuRA tourisme et les partenaires concernés y participent
- **Plan d'actions** décidé avec le partenariat



Cas particulier : GTMC

- Commark installée par le chef de file de l'itinéraire : IPAMAC
- AuRA tourisme chef de file promo-comm jusqu'en 2019
- CRT Occitanie prend la suite
- AuRA tourisme participe aux actions aux côtés des partenaires



Merci

Nous sommes à votre écoute
pour construire des actions !

Equipe Pôle Outdoor/ Bien-être thermal (cf catalogue de services)

Delphine Chabert : responsable du pôle d.chabert@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Salle de commission n°5 :

Caroline Chouvy : promotion outdoor : c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Sylvaine Vallini : promotion ViaRhôna : s.vallini@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Workshop :

Romain Fayolle : suivi des véloroutes voies vertes : r.fayolle@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Dominique Bambier : suivi itinéraires de pleine nature : d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Lawrence Duval : promotion bien-être thermal : l.duval@auvergnerhonealpes-tourisme.com

