

Marchés
Européens

BIENVENUE

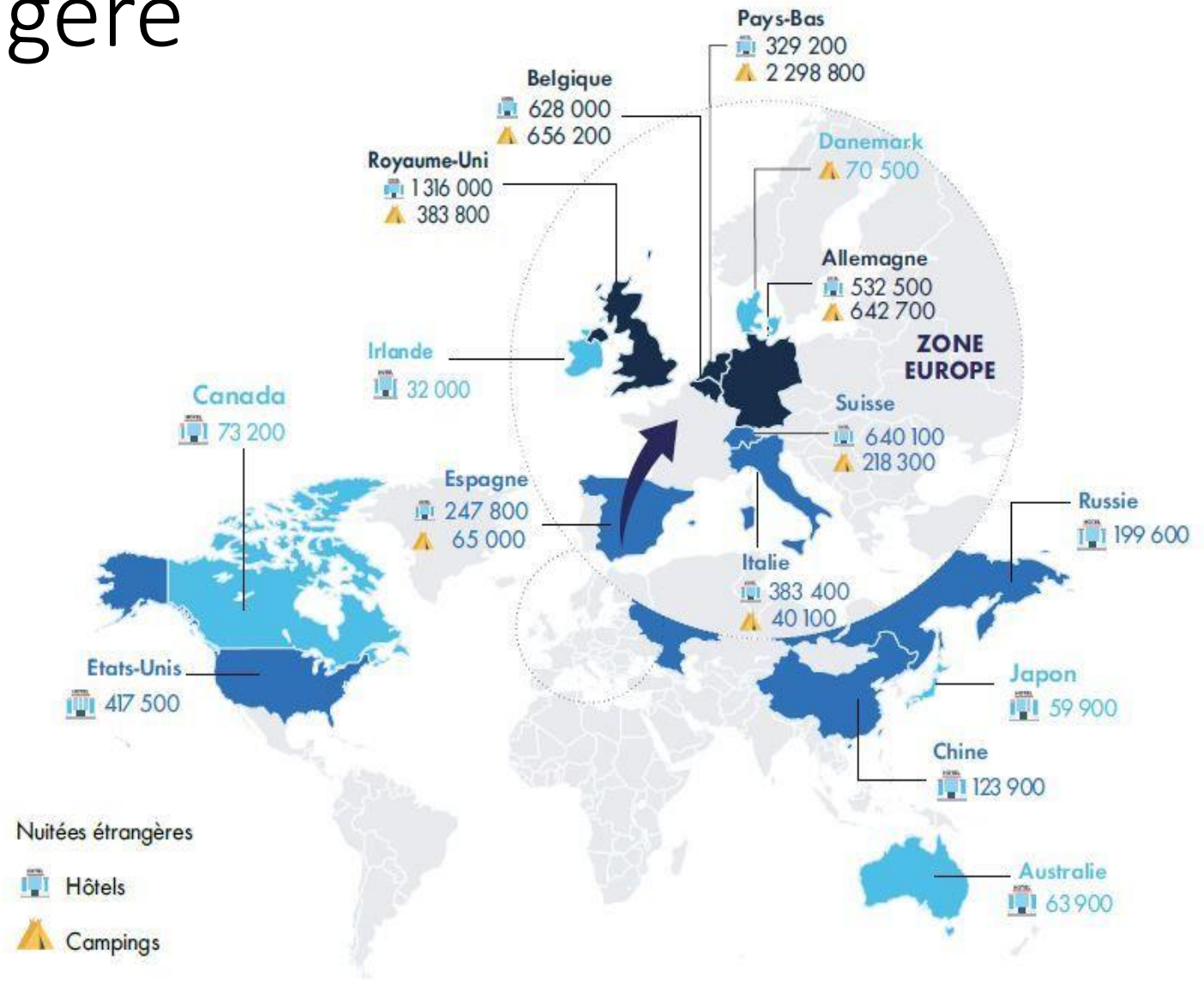


SOMMETS DU TOURISME 2019

08 octobre
RENCONTRES
PARTENARIALES
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
TOURISME



La clientèle étrangère



Marchés européens



Volume

740 millions
habitants européens

+6% nuitées / an en
Europe

+ de 8,5 millions de
nuitées marchandes
en Région AURA

Données

77% de la clientèle
étrangère en
hôtellerie

99% de la clientèle
étrangère en
camping

Enjeux

Volume
Saison
Dépense
Potentiel
Répartition

Articulation partenaires

Risques

Brexit UK (1,7
millions de nuitées
marchandes)

Nouvelles lignes
aériennes outgoing

Révolution de la
distribution

Cibles et enjeux



Leviers marketing

Notoriété
pour faire connaître

Image
pour faire aimer

Attractivité
pour faire venir

Consommation
pour faire découvrir

Marchés cibles

UK
Belgique
Pays Bas
Allemagne
Suisse
Italie
Espagne
Scandinavie

Thématiques

Outdoor, itinérance et montagne été

Art de vivre, culture, gastronomie et oenotourisme

Thermalisme, bien être, slow tourisme

Services transverses

Equipe marchés

Services supports

Etudes programmation, clients

Formations /Trajectoire

Information / Apidae

Multi-marchés



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Actions multi-marchés



Grand Ski

Janvier

476 TO

Rdv en France

Mars

950 TO

Destination Vignobles

Octobre

150 TO

Campagnes digitales

Opportunités

Green France, Cycling summit,
EuroMed, plateforme groups,
grands évènements

Campagne annuelles pan-européennes



Printemps-été 2019 :

- 20 campagnes
- 100 000€ investis hors partenaires
- 500 000 clics qualifiés
- 15 millions de personnes atteintes

Temps forts 2020 :

- Printemps
- Été
- Automne
- Hiver
- Toute l'année en géolocalisation en région

Thématiques prioritaires 2020 :

- UNESCO et grands sites
 - Itinérance
- Alpes et grands lacs
- Vallée de la Gastronomie
 - Shortbreaks et Citybreaks
- Autres

Conditions de participation :

- 4 partenaires max. par temps fort
- Budget min. par partenaire : 5 000€ HT
- Doublement du budget investi de la part d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Campagnes annuelles pan-européennes



5 populations ciblées :

- Grande-Bretagne
- Belgique
- Pays-Bas
- Allemagne
- Suisse

3 stratégies :

- Notoriété
- Conversion
- Géolocalisation

Format : publication de post sponsorisés sur Facebook et Instagram au format mini-clip vidéos
+ accorche texte

Mutualisation du budget et des objectifs :

- Co-création ed la stratégie de campagne
- Pilotage de la creation du contenu video/diaporama
- Optimisation de la performance en instantané



Exemples de campagnes digitales européennes



Drôme

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
Sponsorisé · 🌐

🌿🍋 Outdoor activities for the whole family in the Drôme this summer! 🌂



ladrometourisme.com
🌿 Family getaway breaks in the Drôme [EN SAVOIR PLUS](#)


👍❤️ 68 3 commentaires 2 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Isère

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
Sponsorisé · 🌐

🌿❤️ Belebte Märkte, Top-Restaurants, individuelle Geschäfte: Entspannen Sie sich in Grenoble! 🇫🇷
Voir la traduction



ISERE-TOURISM.COM
🌟 Ihr Wochenende im Herzen der Alpen in Grenoble [En savoir plus](#)

👍❤️👍 16 5 partages 27 K vues

The Village

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
Sponsorisé · 🌐

😎🌿 The Village, definitiv der... [Afficher la suite](#)



THEVILLAGEOUTLET.COM
🛍️ Den perfekten Zwischenstopp zum Relaxen und Shoppen, den erleben Sie bei The Village! [En savoir plus](#)

👍❤️ 9 1 commentaire 4 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Campagne digitale pan-européenne Alpes françaises Hiver



3 cibles identifiées :

- DINKS
- Familles
- Millenials

Format :

- Publications de posts sponsorisés sur les reseaux sociaux au format mini-clips video
- Accueils influenceurs et presse en stations

Budget mutualisé de
450 000€ par France
Montagne, Isère
Tourisme, Savoie-Mont-
Blanc, Atout France et
Auvergne-Rhône-Alpes
Tourisme

Investissements financiers
complémentaires de :

- Easy Jet : 100 000€
- TO spécialisés : 120 000€



Marché Belge



Marché belge



3^{ème} clientèle
internationale
de France

3^{ème} région
hôtelière

Hausse de
2.5% / 2017

11,6 millions
d'arrivées en
2018

Cibles et enjeux



Couples seniors et
familles

L'hiver, les belges
choisissent principalement
notre region en tant que
destination de sports
d'hiver

Activités : nature active,
culture / patrimoine,
gastronomie, œnologie

Fidéliser les Belges
francophones
Nouvel enjeu maximiser la
visibilité auprès de la
clientèle néerlandophone

Actions spécifiques



Workshop presse
France le 14
janvier 2020 + WS
Montagne

Promo Vallée de
la Gastronomie

Accueils presse
groupe et indiv

Démarchage pro
sur demande,
opportunités

Marché Pays-Bas



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché néerlandais



7^{ème} clientèle
internationale de
France

4.7 millions
d'arrivées en 2018

1^{ère} clientèle en
HPA

Baisse de 4 % /
2017

Cibles et enjeux



Couples (45-65 ans)
et familles

Clientèle phare en
matière
d'écotourisme

Activités : nature /
paysages,
environnement
préservé,
authenticité du
territoire

Enjeu principal : la
diminution et le non
renouvellement des
clientèles en
campings

Actions spécifiques



Salon Fiets en
Wandelbeurs +
rallye presse
cyclo

Workshop presse
France le 13
février 2020 + WS
Montagne

Accueils presse et
influenceurs

Plan de relance
HPA

Opportunités
(TDF ...)

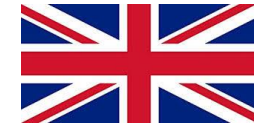
Actions spécifiques



Un nouvel axe de séduction d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme porte sur la destination ski => campagne digitale collective (*France Montagne, Savoie-Mont-Blanc Tourisme, Isère Tourisme, Atout-France et EasyJet*).

Campagnes digitales :
Tour de France,
ViaRhôna, HPA, ski ...

Marché Royaume-Uni



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché britannique

1ère clientèle
internationale de
France

Hausse de 2,4 %
malgré
incertitudes sur
Brexit

1ère clientèle
internationale en
hôtellerie en
AURA

Taux de
réservation en
ligne : 70%

Cibles et enjeux



Familles, dinks, seniors

Fédérer les partenaires régionaux autour d'opérations communes afin d'être plus impactant (marché mature & concurrentiel)

Travailler les thématiques porteuses :
Gastronomie / Oenotourisme, City-break, Itinérance via la ViaRhôna...

Axer la promotion sur des villes secondaires avec dessertes aériennes

Actions spécifiques

Workshop presse
IMM 9 & 10 mars
à Londres

Démarchage TO
sur le Grand-
Londres

Accueils presse et
influenceurs sur
les thématiques
porteuses

Accueils TO

Evènementiel
spécifique Vallée
de la Gastronomie
à Londres

Marché Scandinavie



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché scandinave

La France est la 6e destination internationale

Les stations alpines, 2e destination (hors Scandinavie)

Des pays régulièrement classés parmi les pays les plus prospères du monde

Plus d'1 danois sur 2 part en vacances à l'étranger

Enjeux et actions prioritaires

Axer la promotion sur les thématiques porteuses : Gastronomie, Oenotourisme et l'outdoor

Miser sur les ouvertures de lignes aériennes, facteur important de développement touristique

Opération spécifique Vallée de la Gastronomie

Workshop Presse et TO Montagne & Outdoor 4 saisons (3 villes – 5 au 8 Octobre 2020)

Marché Allemagne



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché allemand



2^e clientèle internationale de France avec 12,3 millions d'arrivées

532 000 nuitées hôtel en région (+5,5% vs 2017)

643 000 nuitées campings en région : +51% en 6 ans

23 millions de pratiquants de sports d'hiver

Cibles et Enjeux



Seniors :

- 50 ans et +
- Couples sans enfants
- Millenials

Mobiliser les partenaires régionaux pour réactiver un marché à fort potentiel sur des thématiques bien ciblées

S'appuyer sur les professionnels et spécialistes locaux pour tisser un réseau de distribution et des partenariats

Thématiques prioritaires :

- Itinérance et outdoor
- Arts de vivre et slow tourisme
- Montagne et sports d'hiver

Actions Spécifiques

Accompagnement au
« CMT Fahrrad- und
WanderReisen » en
janvier 2020 : salon B2C
spécialisé cyclo/rando,
avec volet B2B

Plan de relance
montagne/sports d'hiver
à partir de cet automne

Partenariat avec
Getyourgroup,
plateforme de
distribution B2B
spécialisée dans les
séjours groupes et
autocaristes

- Accueils presse et influenceurs toute l'année
- Tournée médiatique en mars 2020
- Opportunités toute l'année

Marché Suisse



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché suisse

4^e clientèle internationale de France avec 6,8 millions d'arrivées en France en 2018

2^e clientèle internationale hôtelière avec 640 000 nuitées

12 500 résidences secondaires en région

Suisse romande (Genève): 1/3 de la population
Suisse alémanique (Bale et Zurich) : 2/3 de la population

Enjeux et actions prioritaires

Vallée de la Gastronomie : marché prioritaire

Marché ciblé par les campagnes annuelles digitales pan-européennes

Opportunités toute l'année et accueils presse et influenceurs

Marchés Européens

En conclusion :

- Nos marchés dits « fonds de commerces » toujours excellents
- Des belles marges de croissance sur les marchés « délaissés » comme l'Allemagne et l'Italie, qui présente pourtant naturellement de belles croissances
- Des opportunités sur la scandinavie et l'Espagne

C'est ouvert à tous, c'est accessible et nous présentons des approches personnalisées, des leviers intéressants et avec une équipe formidable

BIENVENUE



SOMMETS DU TOURISME 2019

08 octobre
RENCONTRES
PARTENARIALES
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
TOURISME



Questions / Réponses



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marchés des
Long-Courriers

BIENVENUE

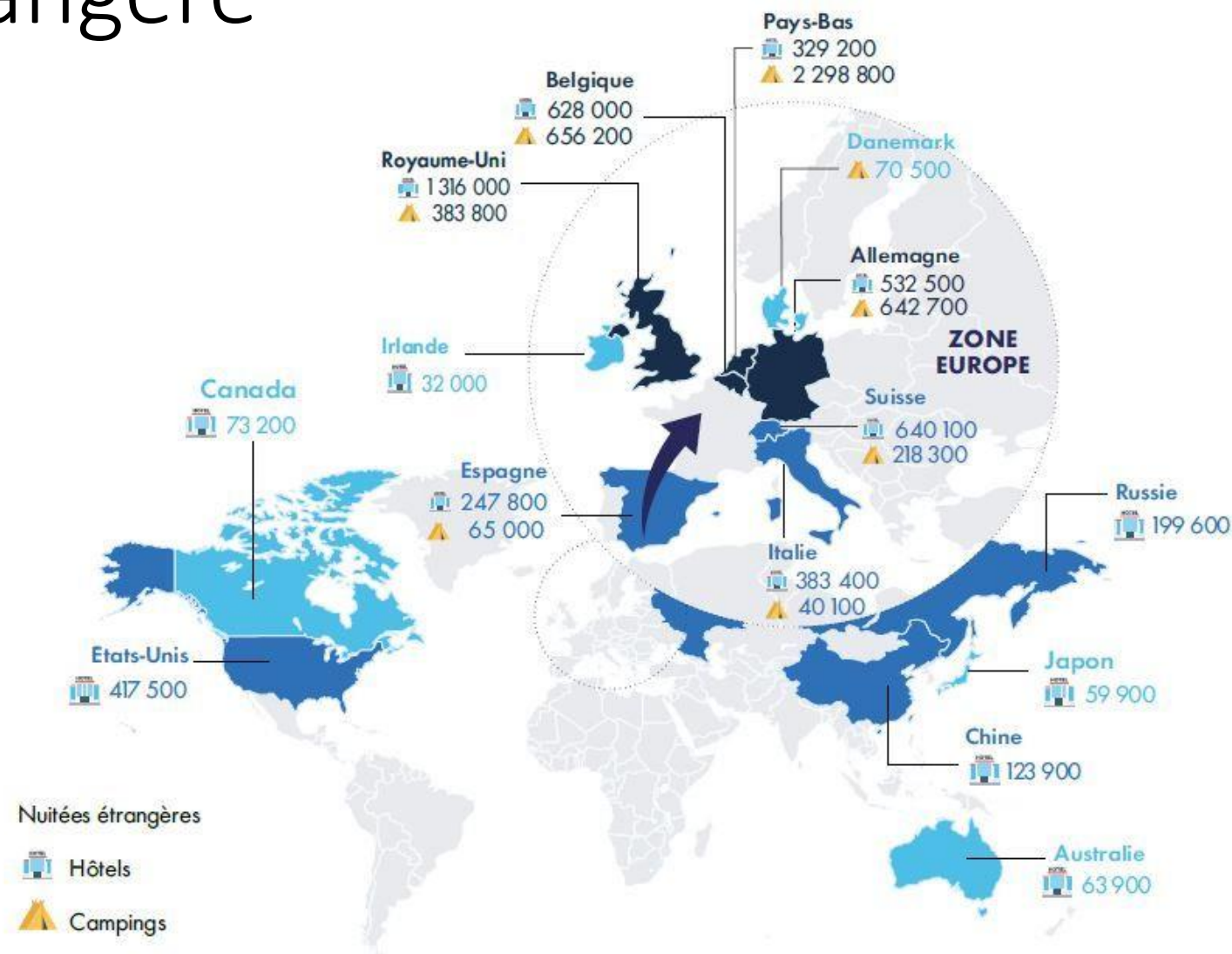


SOMMETS DU TOURISME 2019

08 octobre
RENCONTRES
PARTENARIALES
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
TOURISME



La clientèle étrangère



Marchés long-courriers



Volume

+ de 1 million de
nuitées hôtelières

données

+ 358% moyen orient
+ 172% chine
+ 63% usa
+ 51% canada

- 7% Russie
- 43% japon

En 6 ans

opportunités

+ Classe moyenne +
pouvoir d'achat

Axe nord / sud

Marques mondiales

Nouvelles tendances
FIT

Déploiement aérien

risques

Nouvelles
destinations +
Rupture
générationnelle

Nouvelles lignes
aériennes outgoing

Cibles et enjeux



Leviers marketing

Notoriété

pour faire connaître

Image

pour faire aimer

Attractivité

pour faire venir

Consommation

pour faire découvrir

Marchés cibles

USA - Canada

Bresil

Russie

Proche Orient

Inde

Moyen Orient

Japon – Corée

Chine

Thématiques

« Grand tourisme »,
« must do », axe N/S

Art de vivre, culture,
gastronomie et
oenotourisme

Outdoor, grands
classiques, y compris
évènementiel

Services transverses

Equipe marchés

Services supports

Etudes programmation, clients

Formations /Trajectoire

Information / Apidae

Actions Multi-marchés



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



Actions multi-marchés

Gd Ski

Janvier
476 TO

Rdv en France

Mars
950 TO

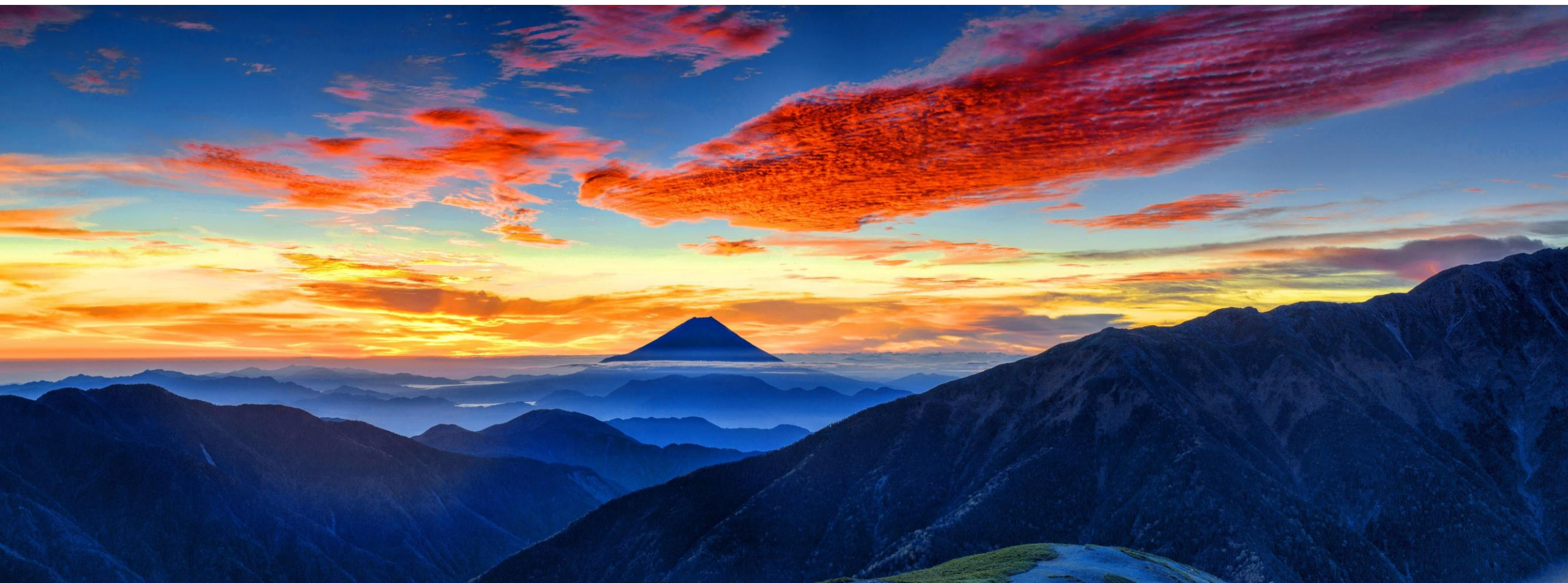
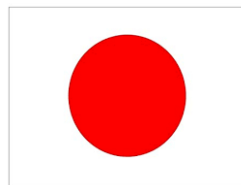
Destination Vignobles

Octobre
150 TO

Opportunités

Green France, Cycling summit,
EuroMed, plateforme groups,
grands évènements

Marché Japon - Corée

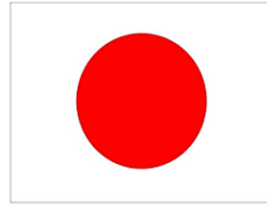


**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Japon



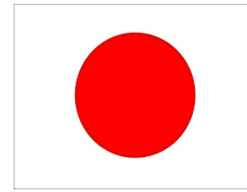
France: 1ère destination en Europe pour le Japon (550k visiteurs)

Clientèles de repeaters avec moyenne de séjour 6 à 7 nuitées

Taux d'intermédiation 60%

AURA, 3ème destination pour les touristes japonais

Cibles et enjeux



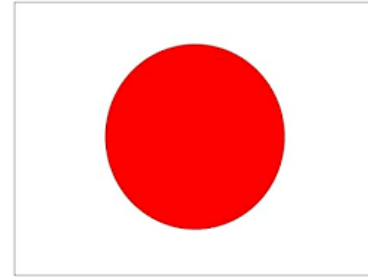
Seniors, couples,
groupes et FIT

Thématique: nature,
mountain sightseeing,
activités,
culture/patrimoine
(villes, villages),
gastronomie,
œnologie ...

Plan de relance pour
diversifier notre
programmation

Promotion
des highlights et de
nos destinations plus
confidentielles hors
sentiers battus

Actions spécifiques



Etude de la Programmation
AURA sur le marché Japon le
04/11/2019 à Chamonix et
le 05/11/2019 à Clermont
Ferrand ou Lyon

Workshop SAKIDORI Tokyo-
Osaka du 25 au 29 mai 2019

Accueils media &
influenceurs et éductours
d'agences en région
(printemps, été, automne)

Marché Corée du Sud



France: marqueur social, excellente notoriété, 1ère destination pour les coréens en Europe (600k visiteurs)

Clientèles individuelles en forte croissance +45% en 5 ans à la recherche de nouvelles destinations et expériences authentiques

Thématiques fortes : nature, paysages, gastronomie & vins, sites culturels, patrimoine, festivals, sports..

AURA, 4ème destination pour les touristes coréens après Paris, Normandie et PACA

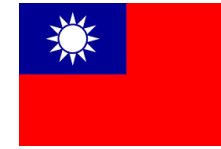
Enjeux et actions prioritaires

Etude de la Programmation AURA sur le marché Corée : rendu au printemps 2020

Workshop France DAYS in Séoul début juin 2020

1/Campagne réseaux sociaux
2/Accueil media & influenceurs
3/éducteur d'agences en région (printemps, été, automne)

Marché Grande Chine

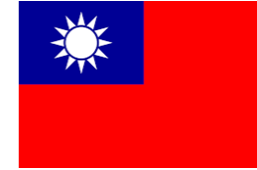


**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Grande Chine



France, 1ère destination des chinois en Europe (2.2 millions visiteurs en France)

123 900 nuitées hôtelières en 2018 en Auvergne Rhône Alpes

AURA, 3ème destination visitée par les touristes chinois en France

+131% en 6 ans

Cibles et enjeux

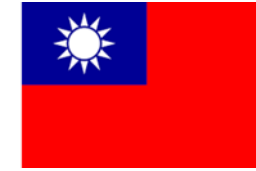


Seniors, familles, groupes
d'amis (30-45 ans)

Clientèle Millenials à la
recherche d'une **expérience
authentique et différente**

Activités : nature /
paysages, authenticité du
territoire, sports d'hiver,
cyclotourisme, événementiels,
tourisme urbain, patrimoine,
shopping, oenotourisme...

Actions spécifiques



Opération
French Alps en
Chine avec
Kols, TO/AGV et
Ski Clubs –
mars 2020

Salon WWSE
Beijing mi-Oct
2020 avec
conférence de
presse et
soirée

Workshop TFC
Tourisme
France Chine
23 au 27
Novembre
2020 avec
démarchage
Hong Kong-
Taiwan

Campagnes
digitales sur les
réseaux sociaux
chinois Weibo
et Wechat tout
au long de
l'année

Campagnes
digitales sur
les réseaux
sociaux
chinois
Weibo et
Wechat
tout au long
de l'année

Formation des
partenaires

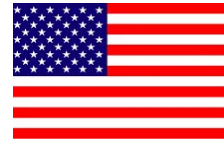
Déploiement
solutions
paiement

**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Amériques



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Amériques



EU : 1ère clientèle lointaine en France avec 4,8 millions d'arrivées en 2018.

AURA : 1ère clientèle long-courrier et 5ème clientèle internationale en nuitées hôtelières

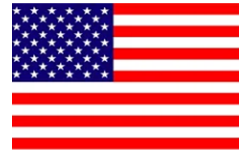
AURA : +60% de nuitées hôtelières en région en 5 ans

Canada: un peu moins d'1 million d'arrivées en 2017. Première destination européenne pour le Québec.

AURA : 3ème région en termes de nuitées hôtelières derrière l'île-de-France & PACA

AURA + 37% en 6 ans

Cibles et enjeux



EU : 80% couples (40-70 ans) -
CSP +. 93% sont des repeaters

Recherche d'expériences
authentiques – patrimoine, Art
de vivre

Marché moyennement mature
- Objectif d'image : faire aimer à
travers des opérations BtoB et
BtoC

Canada : couples, jeunes
seniors et retraités - CSP +

Apprécie d'éviter l'attraction
touristique – recherche de
tranquillité et de détente. Les
francophones sont plus fidèles.

Marché moyennement mature
– Objectif d'image. Faire aimer
à travers des opérations BtoB &
BtoC

Actions spécifiques



BtoB : Workshop TO + Démarchage /Séminaire agents de voyage : San Francisco, Portland, Seattle du 21 au 23 octobre.

Workshop tournée région **AURA** – Formation agents de voyages des villes secondaires Canadiennes (Novembre).

Mountain Travel Symposium, Squaw Valley, Californie (27 mars/02 avril). **ExpoSki**, Sao Paulo

Accueils media et influenceurs toute l'année, individuels et groupes.
Workshops presse New York (octobre) , Montréal & Toronto (novembre)

BtoC. Opération spécifique Vallée de la gastronomie aux Etats-Unis.
Campagne digitale Canada francophone.

Marché Inde



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Inde



La France : 1^{ère}
destination en
Europe

4 millions de nuitées
hôtelières

taux de
croissance de +7%

+ 100 000 indiens
par an

Cibles et enjeux



Dinks, couples (45-65 ans
ou honeymooners) et
familles (petits groupes)

Et business (cinéma)

Clientèle FIT de plus en
plus avertie - séjours
originaux (+30%) et
Groupes (destinations très
spécifiques)

Activités : visites des must-
do, nature/montagne,
beaux paysages, shopping,
loisirs/parcs, événementiel
(Tomorrowland)

Actions spécifiques



Accueils et éductours :
influenceurs,
TO/agences, presse
spécialisée.

Content maketing
spécifiques avec des
distributeurs (marques,
voyagistes...)

Workshop France
sep/oct 2020 ciblant
TO/Agences FIT (coût
approx : 3 500 euros)

Démarchages et
accompagnement
personnalisés sur les
villes principales

Marché proche et Moyen-Orient





Marché Proche-Moyen orient

France, 3ème destination loisirs

+165% en 6 ans
(240 700 nuitées
hotelières)

Taux
d'intermediation
45%

Clientèles familles,
tribu ou groupe
d'amis

Cibles et enjeux



Liban: proximité culturelle et destination naturelle

Clientèles de repeaters, haut de gamme (couples, familles, amis..)

Taux d'intermédiation élevé

Moyenne de séjour **14 jours**

Turquie: 300 K visiteurs en France

Clientèles 25-44 ans (hommes d'affaires, familles, couples, amis)

2 pics de vacances: Janvier et Juillet

Réservation online

Durée moyenne 3 à 6 jours

Très bonne desserte aérienne vers GVA et LYS

Actions spécifiques

Salon Grand Ski Janvier 2020 et Rendez-vous en France 2020

SOMMETS

DU TOURISME 2019

Roadshow Turquie & Liban mi-novembre 2020

Eductours TO et agences et accueils de presse, influenceurs



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Cibles et enjeux



Emirats Arabes Unis: clientèles locales & expatriés haut de gamme
Vols directs vers LYS et GVA

Koweït: les plus mobiles du M.O avec 4 voyages par an
Clientèles haut de gamme (Dec/Jan, Fev, 3 mois en été)
Forte demande (montagne, lacs, villes avec shopping)

Arabie Saoudite: Clientèles haut de gamme et classe moyenne
Clientèle jeunes/scolaires pour summer camp ou classe de neige avec apprentissage de langues
Séjour longue durée

Actions spécifiques

Salon Grand Ski Janvier
et Salon RDVFRANCE Mars 2020

Workshop France Marhaba
mi-Avril 2020

Contenu destination AURA
sur Site internet
@France.fr_ME
en arabe

Actions spécifiques Israël



Les Israéliens sont de grands voyageurs ! 2018 : près de 8,5 millions de voyages à l'étranger pour une population de 8 million d'habitants.

La France a accueilli un peu moins de 700 000 israéliens en 2018, La part de marché pour Lyon est de 9%. Lyon, est la seconde destination des israéliens après Paris.

De 2 à 4 vols hebdomadaires directs entre tel Aviv et Lyon avec Transavia et 3 pour Eaysjet. Près de 40 000 israéliens transitent par Genève pour se rendre dans les Alpes françaises.

Webseminaire - Jeudi 24 octobre – en direct de TEL AVIV, les clés pour travailler ce marché.

La région AURA, invitée d'honneur à Tel Aviv, semaine de la gastronomie "So French, so Food" - **IMTM Méditerranée** - 11 & 12 février-Workshop pro et grand public.

Workshop France (novembre) Workshop Ski & Montagne (septembre)
Accueil presse et influenceurs

Marché Russie - Ukraine



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Russie Ukraine



1^{ère} clientèle ski hors
marchés Europe pour
AURA

AURA, **TOP 3** des
destinations de la
clientèle russe en
France avec **199 550**
nuitées hôtelières

+22% augmentation
par rapport à 2016
Bonne desserte
aérienne vers notre
région

Durée Moyenne de
séjour **8,1 jours**
Taux d'intermédiation
en baisse

Cibles et enjeux



Couples et familles
Connaisseurs (repeaters)

Thématiques:
ski (53% en hiver), culture et
patrimoine 18%, tourisme
gourmand 9%, thermalisme 5%

Nouvelles tendances:
packages ski combinés avec
séjour tourisme urbain

Actions spécifiques



Janvier 2020: Accueil de 15-20 journalistes et influenceurs en stations de ski

Mai 2020: **Workshop France printemps à Kiev-Moscou**

Oct 2020: **Événement Sports d'hiver** pour lancer la saison hiver avec workshop, soirée Grand Public et campagne digitale

Marchés Long-Courriers

En conclusion :

- Nos marchés dits « fonds de commerces » toujours excellents
- Des opportunités réelles
- Un ROI sur un horizon 2 ans minimum

C'est ouvert à tous, c'est accessible et nous présentons des approches personnalisées, de leviers intéressants et avec une équipe formidable !

BIENVENUE



SOMMETS DU TOURISME 2019

08 octobre
RENCONTRES
PARTENARIALES
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
TOURISME



Questions / Réponses



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Promotion du
ski à
l'international

BIENVENUE



SOMMETS DU TOURISME 2019

08 octobre
RENCONTRES
PARTENARIALES
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
TOURISME



La promotion du ski à l'international



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



Quelques faits !



- **Le nombre total de journées-skieurs dans le monde progresse régulièrement**, même si en occident le marché endogène est « mature ».
- **Les journées-skieurs progresse depuis 10 ans dans la plupart des pays scandinaves.** C'est le seul marché occidental où la fréquentation actuelle continue sa progression.
- L'hémisphère Sud s'est également très bien comporté malgré des volumes relativement restreints et a connu sa meilleure saison de tous les temps. +10% par an.
- Les Jeux olympiques d'hiver de 2018 n'ont apporté aucune impulsion positive dans l'industrie du ski en Corée du Sud et la fréquentation des stations de ski continue à diminuer.
- **La Chine est désormais le 3ème pays mondial en nombre de skieurs**, après les États-Unis et l'Allemagne, et le 7^{ème} en JS avec 20 millions de JS. La croissance de l'industrie du ski se poursuit dans la perspective des Jeux d'hiver de 2022

Le marché



Volume

Top 3 Mondial en nb
de Journée/skieur
1ère region mondiale
3 JO, 100 ans
d'histoire
Des entreprises et
marques leaders

données

175 stations
39,7 millions de
journée / skieurs
74% de l'économie de
la montagne française

Opportunités croissance

Nouveaux marchés
(chine 19,5 m js)
Inflation sur les ski
pass US (122 USD)
Environnement
Accès
Hors ski, bien être,
évènementiel
Montagne été
cycle

Risques Menaces

Brexit
Climat
Tendances
Renouvellement
clients
Forme de
l'hébergement
Distribution Classique
Concurrence

Cibles et enjeux



Leviers marketing

Notoriété
pour faire connaître

Image
pour faire aimer

Attractivité
pour faire venir

Consommation
pour faire découvrir

Marchés cibles

Europe
Asie
Amériques
Proche et Moyen
Orient

Thématiques

Grands domaines

Diversité des stations

Ambiances / French
Touch

Prix

Savoir-Faire

Services transverses

Equipe marchés

Services supports

Etudes programmation, clients

Formations /Trajectoire

Information / Apidae

Campagne digitale pan-européenne Alpes françaises Hiver



3 cibles identifiées :

- DINKS
- Familles
- Millenials

Format :

- Publications de posts sponsorisés sur les reseaux sociaux au format mini-clips video
- Accueils influenceurs et presse en stations

Budget mutualisé de
450 000€ par France
Montagne, Isère
Tourisme, Savoie-Mont-
Blanc, Atout France et
Auvergne-Rhône-Alpes
Tourisme

Investissements financiers
complémentaires de :

- Easy Jet : 100 000€
- TO spécialisés : 120 000€



Campagnes annuelles internationales



Populations ciblées:

- Grande-Bretagne
- Belgique
- Pays-Bas
- Allemagne
- Suisse

Et plus
Israel, Russie, Chine...

3 stratégies :

- Notoriété
- Conversion
- Géolocalisation

Format : publication de
post sponsorisés sur
Facebook et Instagram
au format mini-clip
vidéos + accorche texte

Mutualisation du budget
et des objectifs :

- Co-création ed la
stratégie de campagne
- Pilotage de la creation
du contenu
video/diaporama
- Optimisation de la
performance en
instantané

**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Campagne annuelles internationales



Printemps-été 2019 :

- 20 campagnes
- 100 000€ investis hors partenaires
- 500 000 clics qualifiés
- 15 millions de personnes atteintes

Temps forts 2020 :

- Printemps
 - Eté
- Eté en region
- Automne
- Hiver

Thématiques prioritaires 2020 :

- UNESCO et grands sites
- Itinérance (ViaRhôna, GTMC, St Jacques de Compostelle)
- Alpes et grands lacs
- Vallée de la Gastronomie
 - Shortbreaks et Citybreaks

Conditions de participation :

- 4 partenaires max. par temps fort
- Budget min. par partenaire : 5 000€ HT
- Doublement du budget investi de la part d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Actions spécifiques Chine



Weibo

Wetchat

Accueil Influenceurs

Accueil Médias

Solutions de paiement

Union Pay

Wetchat pay

Alipay



Actions spécifiques / Workshop BtoB ski



Gd Ski

Janvier 2020

MTS America

Fin mars

Expo Ski Brésil

Aout ou Sept

Ski Event
Moscow

Octobre 2020

WWSE Pekin

Octobre 2020

Ski Tel Aviv

Sept 2020

Articulation / Partenaires

Smbt / Isère Tme /
Montagnes du Jura /
Auvergne..

France Montagnes

Atout France

Vinci Airport
Cie des Alpes
ESF SNMSF

Stations
Hébergeurs
Event

etc

Actions spécifiques / Partenaires

CDT

France
Montagnes

Atout France

Vinci Airport
Cie des Alpes
ESF SNMSF

Stations
Hébergeurs
Event

Entreprises,
Clusters,
jumelages, etc

Questions / Réponses



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



SOMMETS DU TOURISME 2019

