

Le 29 septembre 2020 – Atelier tourisme intrarégional de 15h15 à 15h45

SOMMETS DU TOURISME 2020

LES RENCONTRES PARTENARIALES
D'Auvergne-Rhône-Alpes TOURISME

Travailler ensemble pour le tourisme intrarégional de demain



Un enjeu stratégique et bienveillant

- Le tourisme de proximité placé au cœur de la stratégie d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme depuis 2018.
 - 28% de la consommation touristique (+ 1% vs 2018) et 47% cet été
 - Une démarche autour du tourisme bienveillant lancée depuis 1 an



Tourisme de proximité et tourisme bienveillant 2 sujets convergents

Un marché à haut potentiel

- Une forte élasticité du marché qui répond à nos stimulations (27% -> 28% -> 47%)
- Des voyageurs et touristes avec un fort ancrage territorial parce qu'ils habitent cette région
- Des habitants qui aiment et sont fiers de leur région = un fort pouvoir d'ambassadeurs de nos destinations.
- Des pépites à (Re) découvrir sur l'ensemble du territoire au fil des saisons.

Unir nos forces

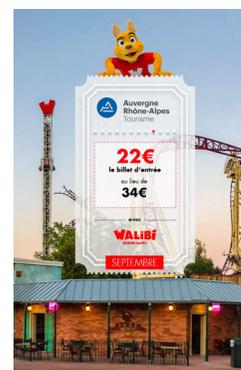
- Coordonner nos actions et budgets pour atteindre un objectif commun : faire plus consommer notre région.
- Depuis 2 ans des actions majeures déployées avec de nombreux partenaires en coordination avec les équipes :
 - les gîtes de France
 - l'hôtellerie de plein air
 - Destination Beaujolais,
 - Ardèche Tourisme,
 - l'Auvergne...

Stratégie intrarégionale

Faire (Re)découvrir leur région aux habitants

=> Des actions mutualisées

- Etude Kantar sur le comportement et les profils des touristes intrarégionaux (menée avec 8 territoires partenaires).
- Salon Mahana (salon régional du tourisme)
- Posts WE
- Campagnes Facebook
- Very Important Fans : chouchouter nos habitants en leur proposant des offres exclusives pour eux avec Chartreuse, Valrhôna, Walibi...
- Ainsi que les actions menées par les thématiques ViaRhôna, Sites emblématiques, Tourisme Gourmand...



2021 : un projet structurant

Recruter des clients régionaux en recherche d'un "tourisme bienveillant"

- Des attentes en phase avec les tendances sociétales de fond exacerbées et accélérées par la covid.
-
- Cibles : Les habitants de la région répartis selon 6 groupes
- Des offres et services :
 - marchands et non marchands loisirs et cultures dans un premier temps
 - durables, respectueux de l'environnement,
 - favorisant la consommation de produits locaux et la pratique des transports doux ou en commun.
 - facilitant l'emploi local

2021 : un projet structurant

Une mobilisation collective pour

- Créer un espace de RDV où les clients pourront trouver des offres qui leur correspondent
- Rendre visible et lisible une offre régionale riche
- Recalibrer les actions existantes pour nourrir le dispositif
- Déployer un plan de communication puissant pour générer de la consommation