

Plans d'actions ... 2022



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Sommaire

04

MISSIONS TRANSVERSALES, PROFESSIONNALISATION ET TRANSFORMATION

- Labels
- Hébergements touristiques /
Cercle des financeurs
- Place de marché
- Trajectoires Tourisme
- Études et observation

10

LES UNIVERS DE CONSOMMATION

- Univers Lifestyle / art de vivre
marchés France et Europe
 - City Break
 - Tourisme gourmand / oenotourisme
 - Actions intégrant l'art de vivre sur les marchés
 - Vallée de la Gastronomie
- Univers outdoor / pleine nature /
bien-être thermal
marchés France et Europe
 - Outdoor
 - Actions intégrant l'outdoor sur les marchés
 - Filière vélo
 - ViaRhôna

- Via Allier
- Autres itinéraires
- Bien-être thermal
- Parcs Naturels (PN et PNR)
- Génération Montagne été
- Spécial relance des centres de vacances

- Univers sports d'hiver
marchés France, Europe et monde
 - Sports d'hiver
 - Génération Montagne hiver
 - Spécial relance des centres de vacances

- Partir Ici - marché régional

- Destination Auvergne
marchés France et Europe

23

L'INTERNATIONAL

- Actions multimarchés
- Marché Europe
- Marchés moyen et long-courrier
 - USA / Canada
 - Amérique latine
 - Asie, Chine, Japon, Corée
 - Proche et Moyen-Orient / Inde
 - Russie – Ukraine

STRATÉGIE 2021/2022

1. Relancer la consommation touristique sur notre région pour assurer la reprise de l'activité des acteurs touristiques et des emplois & territoires associés.
2. Accélérer la transition vers un tourisme bienveillant en s'appuyant sur nos enjeux environnementaux, économiques et sociétaux.
3. Poursuivre la mise en œuvre des actions de fond de la politique touristique régionale : études; labélisation; ingénierie ; assistance technique; formation professionnelle...

Vision stratégique Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme 2022 - 2027

1

METTRE EN PLACE UNE
GOUVERNANCE PUBLIC/
PRIVÉ À L'ÉCHELLE
RÉGIONALE

2

TRAVAILLER L'ÉQUITÉ
TERRITORIALE DANS
LE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

3

REDYNAMISER
L'EMPLOI ET LA
FORMATION

4

AUGMENTER
LA VALEUR
DES SÉJOURS

5

CONTRIBUER À FAIRE DE
LA RÉGION UN TERRITOIRE
EXEMPLAIRE EN TERMES
DE DURABILITÉ ET DE
RESPONSABILITÉ

DISPOSITIF
D'ACCOMPAGNEMENT
STRATÉGIQUE DES
PROFESSIONNELS
DU TOURISME

Coordination des réseaux
professionnels

CHAÎNE
DE SERVICES

OUTILS

ÉTUDES / TRANSFORMATION (& ACCOMPAGNEMENT) / PROFESSIONALISATION /
PRODUCTION (& DESIGN DE L'OFFRE) / COMMUNICATION PROMOTION / DISTRIBUTION

**LABELS
(TRANSVERSAUX)**

- Villes et Villages Fleuris
- Tourisme & Handicap
- Qualité Tourisme



FORMATION
« Trajectoires Tourisme »



**PLACE
DE MARCHÉ**



3

Approche opérationnelle par UNIVERS DE CONSOMMATION

LIFESTYLE / ART DE VIVRE : Tourisme urbain & city breaks / Culture / Tourisme gourmand et œnotourisme

OUTDOOR : Itinérance / Nature / Sports / Bien-être thermal

SPORTS D'HIVER

DESTINATIONS - GRANDS PROJETS dont « Partir Ici »

Enjeux

Contribuer à l'émergence d'un tourisme à la fois plus vertueux en terme de développement durable et répondant mieux aux attentes des clientèles et des habitants en termes de responsabilités.

Répartir la fréquentation sur l'ensemble du territoire en restant attentif à l'acceptabilité par les habitants pour certaines destinations, en favorisant les économies locales et en maintenant des services pour la population/visiteurs.

Conforter le tourisme inclusif

Objectifs

Renforcer l'animation de réseau (être au plus près des acteurs et répondre à leurs attentes).

Faciliter et accompagner la commercialisation en ligne.

Accompagner la structuration et l'identification d'offres touristiques qualifiées et répondant à des critères de durabilité.

Favoriser l'innovation et l'expérimentation (compétences croisées et modélisations).

Missions transversales, professionnalisation et transformation

—— LABELS

—— L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE /
CERCLE DES FINANCEURS

—— PLACE DE MARCHÉ

—— TRAJECTOIRES TOURISME

—— ÉTUDES ET OBSERVATION

Labels

CONTACT

Céline Coudouel

✉ c.coudouel@auvergnerhonealpes-tourisme.com
☎ 06 14 85 84 75



DÉPLOIEMENT H+

À l'initiative de la Région (Direction Jeunesse Santé Sport & Handicap) l'objectif est d'encourager et d'accompagner les destinations touristiques (collectivités en lien avec leur OT) dans la mise en œuvre progressive de nouvelles actions et services handi-accueillants, handi-bienveillants, handi-inclusifs et bénéfiques à tous.

● Transformation / Accompagnement (Ingénierie) :

- Suivi et accompagnement des 8 territoires d'expérimentations volontaires : Megève, Le Puy, Evian, Aix les Bains, Grenoble, Pralognan la Vanoise, Chambéry, Valence.
- Déploiement de la charte sur les territoires d'expérimentations, analyse et évaluation.

- Formation « à tiroirs », à activer au cas par cas pour répondre aux besoins des territoires (sensibilisation des élus, formation référents H+, recensement de l'offre adaptée, etc.).

● Design / Production offre :

Sourcing et référencement de nouvelles offres.

● Communication et relations presse :

- Communication professionnelle pour le déploiement de la charte sur le site de la Région et de l'ART.
- Communication grand public avec la création d'une entrée H+ sur le portail et réseaux sociaux.
- Vidéo promotionnelle de la démarche.

HANDITOURISME

CONTACT

Céline Coudouel

✉ c.coudouel@auvergnerhonealpes-tourisme.com
☎ 06 14 85 84 75

Coordination régionale de la marque nationale Tourisme et Handicap et développement de la marque en région.

● Formations :

- Formation et accompagnement des évaluateurs aux nouveaux outils d'évaluation mis en place en 2022 par ADN Tourisme.
- Formation des acteurs : 4 formations spécifiques Handicap en 2022 dans le catalogue Trajectoires Tourisme et une formation sur-mesure de remise à niveau pour les évaluateurs de la région.

● Transformation / Accompagnement (Ingénierie) :

- Coordination régionale des ADT, OT, autres partenaires impliqués dans la marque Tourisme et Handicap.
- Animation des 7 à 10 commissions régionales de labellisation.
- Animation du réseau des évaluateurs.
- Apport d'expertise Tourisme & Handicap.
- Soutien technique aux visites de labellisation.

● Design / Production offre :

sourcing de l'offre et critérisation dans APIDAE.

● Communication et relations presse :

Promotion et communication de l'offre Handi-bienveillante régionale (actions presse, réseaux sociaux, sites internet).

● Promotion :

- 1 à 2 accueils/an de blogueurs spécialisés sur des territoires proposant de l'hébergement et des activités accessibles (en lien avec au moins un territoire partenaire).
- Partenariat avec des supports affinitaires en lien avec la thématique du handi-tourisme.
- Vidéo « Paroles d'Acteurs ».

● Distribution :

Accompagner la commercialisation des hébergements labellisés Tourisme et Handicap avec la Place de Marché.



FR RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Labels

QUALITÉ TOURISME

CONTACT ● ● ●

Céline Coudouel

✉ c.coudouel@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 14 85 84 75

Accompagnement/promotion de la marque Qualité Tourisme - Collectif Qualité Auvergne-Rhône-Alpes.

- **Études :** Suivi de l'offre labélisée
- **Transformation / Accompagnement (Ingénierie) :**
 - Accompagnement des offices de tourisme dans le processus de labellisation sur les départements non couverts par un relais territorial : Ain, Ardèche, Allier, Puy-de-Dôme, Cantal, Haute-Loire.
 - Mise en place d'audits qualité inter-offices sur site et/ou à distance sur la période de juillet à octobre.
 - Formations qualité spécifiques en lien avec Trajectoires Tourisme.



Autres démarches Qualité et/ou labels environnementaux

Suivi de l'offre labélisée, valorisation et promotion des sites labélisés.

VILLES ET VILLAGES FLEURIS

CONTACT ● ● ●

Murielle Pieczanowsky

✉ m.pieczanowsky@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 24 38 53 14

La mission d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme : l'animation du réseau régional et interlocuteur du label national.

- **Transformation / Accompagnement (Ingénierie) :**
 - Animation du Jury régional : recrutement, formation, nouvelle grille, critères analyse et organisation des tournées de labellisation et de contrôle.
 - Accompagnement des communes en lien avec les départements.
 - Organisation des tournées de contrôle et de labellisation une fleur, deux fleurs, trois fleurs.
 - Organisation de la rencontre régionale annuelle des membres du jury.
 - Organisation de la Journée annuelle des villes et villages fleuris régionaux et Cérémonie du Palmarès.
- **Communication et relations presse :**
Promotion et communication des sites labélisés (actions presse, réseaux sociaux, sites internet).



Villes et Villages Fleuris

LE LABEL NATIONAL DE LA QUALITÉ DE VIE

L'hébergement

... *touristique / Cercle des financeurs*

CONTACT ● ● ●

Nathalie Vallier

✉ n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 32 71 59 54

Études

Partage des études consacrées à l'hébergement touristique marchand (bilan de saison, fiches ratios, chiffres clés, attentes clientèles, etc.).

Suivi du parc et de la fréquentation des hébergements marchands : hôtels, hôtellerie de plein air, centres et villages vacances, résidences de tourisme, auberges de jeunesse.

Suivi de l'évolution des plateformes de vente en ligne (Airbnb, Abritel, Likibu...).

Transformation / Accompagnement (Ingénierie)

Les RDV de l'hébergement touristique : 5 webinaires par an sur des sujets en lien avec l'actualité des hébergeurs.

Journée annuelle de rencontre des réseaux suivie d'un workshop pour une découverte des nouvelles plateformes de commercialisation.

Organisation de Journées techniques, collaboratives et thématiques.

Favoriser la commercialisation en ligne de l'offre hébergement via notamment la Place de marché.

Identification des labels valorisant l'engagement Développement Durable, accompagnement sur la critérisation des offres.

Cercle des financeurs

Pôle ressources/info pour les financeurs et investisseurs.

Accompagner l'ingénierie de projet dès la mobilisation des dispositifs d'aide régionaux (création et/ou modernisation).

Accompagnement des porteurs de projets dans la fiabilisation de leur dossier de présentation au Cercle des financeurs.

Formations :

En lien avec Trajectoires Tourisme, offres de formations spécifiques : ingénierie financière et commercialisation en ligne.

... Place de marché

CONTACTS ● ● ●

Aurore Rodde

✉ a.rodde@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 07 66 15 08

Alix Massot

✉ a.massot@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 95 19 83 61

L'accélération de la digitalisation de l'offre s'est renforcée sous l'impact de la crise sanitaire. L'enjeu est majeur pour améliorer la visibilité et les performances économiques de nos prestataires touristiques.

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'engage à accompagner tous les professionnels du tourisme pour mieux appréhender les sujets tels que : transformation digitale, s'adapter au marché hyperconcurrentiel, optimiser sa commercialisation, etc.

Nos engagements :

Développer quantitativement l'offre régionale commercialisée en ligne.

Concourir à valoriser l'économie locale en facilitant le parcours client pour ses actes d'achat sur les sites internet promotionnels des destinations en partenariat avec les territoires.

Encourager et contribuer au développement des compétences des professionnels du tourisme sur la commercialisation.

4 axes majeurs :

Analyse des performances :

1- Projet data visualisation :

- Exploitation de la data afin d'étudier les comportements de réservation et connaître en temps réel les niveaux de réservation.
- Suivi de la performance des destinations et acteurs du réseau.
- Création d'une plateforme de datavisualisation.

2- Etude Industrie du Tourisme :

Un cahier et ressources web sur les évolutions de l'industrie du tourisme va être mis à disposition des acteurs.

Professionnalisation :

1- Formation : en collaboration avec Trajectoires Tourisme sur des formations qualifiantes sur la thématique de la commercialisation.

2- Ateliers Techniques :

- Ateliers à destination des référents de la Place de marché sur l'environnement technique de sa mise en œuvre.
- Ateliers mutualisés à destination des prestataires touristiques (formation aux outils, mentions légales, conditions générales de ventes, importance de la réservation en ligne, etc.).

3- Accompagnement des territoires à une définition stratégique de la commercialisation en ligne afin de valoriser une économie locale et vertueuse.

Promotion

1- Distribution : Améliorer et faciliter l'accès à des plateformes de commercialisation affinitaire et partageant les mêmes valeurs (partenariat WegogreenR, Greengo, Fairbooking, AchetezA...).

2- Communication :

- Vidéos promotionnelles via des interviews d'utilisateurs de la PDM, des référents territoriaux.
- Actualités techniques mensuelles : fournir du contenu sur les nouveautés en e-tourisme.

Animation du Réseau

1- Visio conférence 1 heure par mois (1 visio – 1 thématique) : échange et suivi des actions mutualisées.

2- Rencontre annuelle des partenaires.

Trajectoires tourisme

Trajectoires tourisme
Auvergne-Rhône-Alpes

CONTACT ● ● ●

Stéphane Orsini

✉ contact@trajectoires-tourisme.com

☎ 04 81 13 28 32

Cultiver les compétences des professionnels du tourisme pour contribuer à la performance des organisations et à l'épanouissement des individus en Auvergne-Rhône-Alpes, c'est l'ambition du collectif Trajectoires Tourisme.

Tout au long de l'année, nous écoutons attentivement vos besoins, nous analysons les évolutions du secteur touristique et leurs impacts sur les compétences pour proposer une offre de service de professionnalisation au plus près de vos attentes.

Notre identité

Facilitateurs : accompagner pour rendre facile l'ensemble du parcours de formation.

Experts : répondre spécifiquement aux besoins du secteur du tourisme.

Fédérateurs : nourrir des communautés dans le but de faciliter le développement des compétences.

Novateurs : identifier des besoins émergents et déployer de nouvelles manières de se former.

Nos valeurs

Engagement : agir pour permettre à nos clients et partenaires de créer de la valeur.

Proximité : rencontrer, écouter, observer pour proposer un accompagnement personnalisé.

Curiosité : être attentif aux transformations des métiers pour accompagner dans un contexte évolutif.

6 solutions pour cultiver ses compétences

— **Formations inter-entreprises** : suivez votre formation aux côtés d'autres acteurs du tourisme. Idéal pour partager ses expériences entre pairs. Ces formations sont proposées à des dates précises, en présentiel, à distance ou en mixte.

— **Parcours certifiants** : en 2022, nous proposerons 15 parcours certifiants qui peuvent être financés tout ou partie avec votre crédit CPF. Ces formations en langues, en bureautique, en PAO ou encore en design de service, en communication, en management constituent une vraie valeur ajoutée dans votre parcours professionnel.

— **Formations à distance** : notre offre de formation digitale s'amplifie, avec une dimension toujours interactive et adaptée, pour se former 100% à distance, selon vos besoins et vos envies : parcours collectif ou parcours individuels.

— **Solutions sur-mesure** : sur demande et à partir de l'analyse de vos objectifs, nous concevons des formations sur-mesure. Ces solutions peuvent être construites à partir de notre catalogue ou conçues de A à Z pour former vos collaborateurs directement au sein de votre structure, votre réseau ou votre destination.

— **Webséminaires** : nous poursuivons l'organisation de rendez-vous, interactifs et gratuits pour défricher des sujets en résonnance avec les enjeux du secteur du tourisme.

— **En 2022, nous expérimenterons une nouvelle offre de service** qui sera proposée aux Offices de Tourisme pour qu'ils disposent des moyens, méthodes et outils pour développer les compétences des acteurs locaux de leur destination.

Acteurs concernés

Nos solutions de professionnalisation s'adressent à tous les acteurs du tourisme, des loisirs et de la culture, publics et privés : organismes de tourisme, collectivités locales, hébergeurs, sites touristiques culturels et de loisirs...

Nos domaines d'intervention

- Accueil & Conseil
- Communication
- Marketing
- Développement commercial
- Efficacité professionnelle
- Juridique, comptabilité et fiscalité
- Langues étrangères
- Management
- Outils et techniques
- Qualité, classement et labels
- Ressources humaines

trajectoires-tourisme.com

Etudes ... et observation

CONTACT ● ● ●

Guilhem Poncy

✉ g.poncy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 32 34 85 78

En complément des études consacrées aux univers marketings ou aux marchés cibles de la région, le Pôle études marketing réalise des analyses et assure des publications d'ordres générique et transversale.

Nos engagements

- **Priorité à la donnée utile**, stratégique et opérationnelle.
- **Apporter une vraie aide à la décision** en délivrant les indicateurs, tendances, analyses et préconisations utiles et au meilleur moment.
- **Harmoniser les méthodologies, outils et sources de données** afin de disposer de données comparables à toutes les échelles de la région.
- **Mutualiser les études et achats de données** afin d'optimiser les coûts des données et ainsi les rendre accessibles à tous.

Pour un Tourisme Bienveillant

Animation du tableau de bord Tourisme Bienveillant (plus de 40 indicateurs du tourisme durable pour évaluer la performance de la destination et suivre son évolution) et édition du Chiffres Clés du Tourisme Bienveillant.

Veille stratégique

- **Analyse prospective :** Identification des évolutions à venir impactant le secteur du tourisme à court et moyen terme.
- **Suivi des tendances touristiques :** Analyse des dernières tendances en matière d'offre et de consommation touristique ; Suivi des thématiques régionales et des problématiques majeures ; Exploitation des données de veille.
- **Animation du site de veille touristique ViTE! :**
veille.auvergnerhonealpes-tourisme.com

Suivi de l'activité touristique

Emploi touristique (URSSAF) : Suivi de l'évolution des emplois salariés et non-salariés (nouveau) chaque trimestre et bilan annuel.

— Conjoncture (3 vagues estivales)

Baromètre mensuel auprès d'un panel représentatif de 850 professionnels du tourisme pour mesurer le ressenti des acteurs quant à l'activité touristique en région. Interrogation possible de sur-échantillons pour les partenaires pour une ou plusieurs vagues.

— Fréquentation totale et flux touristiques grâce aux données de téléphonie mobile

Analyse des données d'Orange Flux Vision Tourisme en livraison continue et sur différents types de zonages (PNR, thermal, montagne, département...) et exploitation grâce à la datavisualisation.

— Dépenses des clientèles grâce aux données Cartes Bancaires

Suivi des flux de dépenses touristiques (françaises et étrangères) réalisées par carte bancaire sur le territoire. Test de faisabilité et de fiabilité des données disponibles.

— Investissements touristiques (Atout France)

Suivi de investissements réalisés en région et dans chaque département par types d'hébergement et d'activités. Focus possible à des échelles locales.

— Tourisme d'affaires / MICE

Mise en place de l'observatoire en partenariat avec Atout France ; Etude d'opportunité action régionale en faveur du MICE

Nos publications

— Carnet Ingénierie - Visiteurs - Visités

Analyse des résultats de l'étude «Resident Sentiment Index» (impact du tourisme sur la vie des résidents) avant et après Covid.

— Carnet Ingénierie - Clientèle de proximité

Actualisation de l'étude 2019 et édition dédiée pour affiner sa stratégie marketing afin de travailler efficacement la clientèle intrarégionale.

— Chiffres Clés du Tourisme 2022

L'essentiel des indicateurs du tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes : offre, fréquentation, activités, sites de visite, emplois, dépenses...

— Bilan année 2021

Analyse globale des indicateurs de l'activité touristique en 2021 par filière et thématique et suivi des évolutions comparées aux années antérieures.

Nos outils

— Enquête clientèle «clé en main».

Outil à disposition de tous les acteurs du tourisme : en ligne, responsive design, facile d'utilisation et personnalisable.

— Observation locale :

Accompagnement pour la mise en place ou l'optimisation d'un observatoire local.

3 outils à disposition : Carnet de l'Observation Locale du Tourisme, formation digitale « Observation Touristique Locale » (Trajectoires) et pack d'accompagnement personnalisé.

Les univers de consommation

MARKETING DIGITAL

Entretenir la relation avec nos cibles

Il s'agira en 2022 d'entretenir la relation à nos publics en continuant d'hyper adapter les contenus, les périodes de diffusion et en empruntant les bons canaux : community management de dentelle, campagnes sur mesure, diversification digitale hors GAFA, top et micro influence pour incarner et convaincre au fil de l'année, créativité permanente sur les contenus au fil des tendances sociétales et en phase avec notre vision du tourisme bienveillant.

Après des années de croissance et d'obsession sur la taille de nos communautés, de nouvelles priorités s'ouvrent autour de l'engagement des publics et de la qualité de la relation créée...pour mieux transformer !

—— **UNIVERS LIFESTYLE / ART DE VIVRE**

—— **UNIVERS OUTDOOR / PLEINE NATURE / BIEN-ETRE THERMAL**

—— **UNIVERS SPORTS D'HIVER**

—— **PARTIR ICI**

—— **DESTINATION AUVERGNE**

Univers lifestyle / art de vivre

Cet univers marketing regroupe l'ensemble des activités de l'art de vivre : Tourisme gourmand, œnotourisme, culture, city break, tourisme industriel, festivals et expositions. Toutes ces composantes ne sont pas activées sur la totalité de la chaîne de services d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme mais l'art de vivre dans sa globalité est traité dans le cadre des actions de communication générale tel que dossier de presse général, l'animation des communautés sur les réseaux sociaux, etc.

CITY BREAKS

CONTACT ● ● ●

Thomas Ducloutier

✉ t.ducloutier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 78 54 35 24

Cibles

France et Europe

Communication et relations presse

- Dispositif Podcast villes
- Campagnes digitales

Distribution

EUROPE

Campagnes digitales de conversion / vente autour de la thématique des «City Break». Les campagnes seront organisées avec un objectif de vente, sur les marchés France, Belgique et Suisse en priorité, mais aussi sur les marchés Allemagne et Royaume Uni. Elles seront pilotées par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, ouvertes aux partenaires DMO et DMC urbains, et opérées par le groupe Expedia (Expedia, Abritel, Hotels.com).

TOURISME GOURMAND / ŒNOTOURISME

CONTACTS ● ● ●

Muriel Antoniotti

✉ m.antoniotti@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 87 71 90 37

Isabelle Faure, Œnotourisme

✉ i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 39

Cibles

France et international

Étude

Étude sur les modèles économiques de l'œnotourisme en cours au niveau national, en collaboration avec le Pôle Œnotourisme d'Atout France ; les résultats seront annoncés en fin d'année 2021.

Transformation / Accompagnement (Ingénierie)

Journée de l'œnotourisme avec les territoires labellisés ou en cours de labellisation, les Inter Pro et Syndicats viticoles et le Comité Vins Auvergne-Rhône-Alpes. Parmi les sujets qui seront abordés :

- La formation des acteurs
- La vente en ligne et la commercialisation
- L'œnotourisme durable

Design / production offre

Suivi et identification de l'offre dans Apidae avec le partenariat et la mobilisation des OT concernés.

Communication et relations presse

- Communication affinitaire avec des publidirectionnels et/ou d'accueils presse.
- Actions influence et réseaux sociaux.

Promotion

Promotion régionale de l'évènement phare, Fascinant week-end (3ème WE d'octobre) comprenant le volet presse et le volet radio régional.

Workshop BtoB Destination Vignobles, Aix en Provence, les 4 et 5 octobre, avec des pré-tours organisés en région du 1er au 4 octobre 2022. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional, sur cette opération bisannuelle organisée par Atout France, et visant à rapprocher les DMO et DMC spécialisés dans l'œnotourisme et l'art de vivre, avec les meilleurs agents de voyages et TO internationaux spécialisés.

Distribution

Fascinant Week-end : commercialisation via la Place de Marché.

Univers lifestyle / ... art de vivre

ACTIONS INTEGRANT L'ART DE VIVRE SUR LES MARCHES

Communication et relations presse

Accueil multi-marchés de journalistes et bloggeurs européens autour des thématiques «Art de vivre et coins secrets». Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise 2 accueils multi-marchés pour des médias et bloggeurs de voyage. Ces accueils seront fléchés pour accueillir des médias européens, UK, Belgique, Pays-Bas, Suisse et Allemagne ainsi que des bloggeurs adossés à des distributeurs majeurs français.

Les workshops presse :

Ces workshops sont les rendez-vous annuels de la presse, des bloggeurs et influenceurs en quête de sujets de voyage en France. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale et permet aux partenaires de présenter leurs nouveautés.

- Workshop presse Collection France le 20 janvier à Bruxelles.
- Workshop presse France sur marché suisse. Janvier.

- Workshop presse France sur marché allemand – Janvier.
- Workshop presse Pays Bas, le 10 février à Amsterdam.
- IMM Germany, Berlin – 8 mars.
- IMM UK, Londres. Organisé par Travmedia début mars. 400 journalistes et 12 000 rendez-vous.
- Workshop Slow Tourism Amsterdam. Le 29 septembre. Rendez-vous annuel de la presse, bloggeurs et influenceurs orientés slow tourisme. Opération inédite auprès d'un marché particulièrement demandeur.
- Tournée médiatique Canada, Québec et Toronto, les 15 & 16 novembre sur le thème de la gastronomie. Organisée par Atout France, l'objectif est d'accompagner les destinations présentes sur ce marché et de renforcer l'attractivité de nos destinations sur cette cible.

Actions BtoB

Rendez-vous en France, les 22 et 23 mars à Nantes. Le grand rendez-vous annuel des réceptifs et DMO, organisé par Atout France. Plus de 500 acheteurs internationaux sont invités sur ce workshop exclusivement BtoB. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional, le co-pilotage de l'opération avec Atout France et organise plusieurs pré-tours en amont du salon visant à faire découvrir l'offre régionale.

IFTM, Paris. Le rendez-vous d'affaires des destinations touristiques internationales avec les voyagistes, réseaux d'agences et acheteurs français. Le salon accueille plus de 15 000 visiteurs, exclusivement des professionnels du voyage français. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional, la visibilité de ces partenaires exposants via des formations agents de voyages, de la communication auprès de la presse professionnels et des médias du voyages.

RDA Cologne, 26 et 27 avril.

Cibles BtoB, grossistes, autocaristes. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur ce workshop exclusivement BtoB et autocariste, auprès du marché Allemand et Suisse, particulièrement demandeur de nouvelles destinations.

Promotion / Distribution

FRANCE EUROPE - Campagne digitale de conversion : ventes sur les marchés européens Printemps - Eté et Automne sur les marchés France et Europe. Ouverts aux partenaires marchands. Les supports retenus sont Expédia, Veepee, Voyage-privé, Abritel, Hotels.com.

USA CANADA - Campagnes autour de la thématique «Art de vivre à la française». Les campagnes seront organisées avec un objectif de vente, sur les marchés USA et Canada en priorité. Elles seront pilotées par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, ouvertes aux partenaires DMO et DMC travaillant les marchés nord-américains. Cette opération initiée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme sera organisée avec Atout France.

Univers lifestyle / ... art de vivre

VALLÉE DE LA GASTRONOMIE

CONTACTS • • •

Muriel Antoniotti

✉ m.antoniotti@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 87 71 90 37

Sophie Lemoine

✉ s.lemoine@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 07 24 72

Cibles

France et Europe dont la Belgique et l'Allemagne, Amériques USA.

Design / production offre

Aide à l'identification d'offres qualifiées et pertinentes au regard des attentes des clientèles, en partenariat et collaboration avec les offices de tourisme et les réseaux, pour mise en ligne et actualisation permanente du site internet : valleedelagastronomie.com.

Communication et relations presse

Plan de communication France et Europe commun aux partenaires Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté, Bouches du Rhône et Gard (en cours de formalisation).

France :

- Accueils presse et influenceurs au printemps 2022. Campagnes digitales de notoriété et génération de trafic sur Instagram Vallée de la Gastronomie et Facebook Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

Europe :

- Campagnes digitales de notoriété et influence sur les marchés européens, UK, Belgique et Suisse au profit de la destination et des produits / expériences liées à la Vallée de la Gastronomie.
- Lancement de la Vallée de la Gastronomie, auprès des cibles presse, bloggeurs et influenceurs sur les marchés européens. Mars. Opération spécifique sur la Belgique et la Suisse et actions push sur UK, Italie, Scandinavie et Allemagne. Accueils spécifiques de journalistes et bloggeurs sur juin.

Promotion

Pré-tour Vallée de la

Gastronomie dans le cadre du salon BtoB Destination Vignobles.

Autres actions de promotion / communication à définir, visant développer la notoriété de la destination auprès des touristes français.

France et Europe / Vallée de la

Gastronomie. Démarchage et sessions de formation / présentation auprès des TO Europe spécialisés, sur le sujet de la Vallée de la Gastronomie, de la destination et des réceptifs, DMC.

Europe / Belgique : campagne radio sur la RTBF, avril. Ouvert à 5 partenaires liés à la Vallée de la Gastronomie, pour des interviews, reportages et large couverture médiatique sur le marché belge via le principal canal de diffusion national.

Octobre USA - France 360, USA, New-York.

Workshop BtoB tour-opérateurs nord-américains. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale et permet aux partenaires de présenter leurs nouveautés. Couplé avec la rencontre avec la presse, pour le lancement de la Vallée de la Gastronomie sur le marché US.

Univers ... outdoor

Un univers marketing embrassant l'ensemble des activités outdoor, d'itinérance et de bien-être thermal, sur l'ensemble des territoires dont la montagne au printemps/été/automne

OUTDOOR

Micro-aventures, randonnée, itinérances et trek

CONTACT ● ● ●

Caroline Chouvy

✉ c.chouvy@auvergnerrhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 43

Enjeux

Visibilité de l'offre outdoor régionale / qualification et optimisation de la base de données régionale Apidae.

Cibles

- **Cible Intrarégionale et France :** micro-aventurier
- **Cible marchés européens et internationaux :** Itinérances et Trek

Études

Suivi de l'offre outdoor en région

Veille thématique des nouvelles tendances en matière d'offre outdoor sur la plateforme ViTE : veille.auvergnerrhonealpes-tourisme.com.

Formation

Former les territoires aux attentes des distributeurs par l'organisation de webseminaire.

Organisation en janvier/ février d'un séminaire avec rendu et préconisations de l'étude produite dans le cadre du projet Alcotra sur les produits d'Itinérances.

Design / production offre

- **Produire les outils d'information** à destination des agences (site inauvergnerrhonealpes.com, webséminaires...).
- **Produire un guide de saisie** Apidae pour la micro-aventure : élaborer une stratégie régionale permettant de faire remonter du contenu rapidement et utilement.
- **Action de Design de l'offre** autour de territoires ou d'itinéraires : déployer la méthode expérimentée sur certains territoires. Mutualisation des coûts avec les territoires intéressés.
- **Suivi du travail de diffusion des flux** et de développement des infrastructures avec Outdoor Vision.
- **Poursuite des partenariats** avec des distributeurs du web (type Decathlon Outdoor...).

Communication et relations presse

dans le cadre de l'univers marketing Outdoor : vélo, randonnée, parcs, montagne, eau.

- Production de contenus photos, vidéos, rédactionnels pour illustrer les activités en région en lien avec le nouveau positionnement. Possibilité de mutualisation des coûts avec les territoires.

- Prise de parole sur différents médias spécialisés off et online : proposition d'achats groupés avec les territoires intéressés.
- Fournir les produits pour favoriser la création de guides spécialisés (Glénat, Routard...).
- Accueil de journalistes et bloggeurs autour de la thématique «Outdoor / Micro-aventures».

ACTIONS INTÉGRANT L'OUTDOOR DANS LES MARCHÉS

- **Avril. Allemagne. Campagne digitale outdoor avec Komoot.de, le leader de la planification d'itinéraires vélo / rando en Allemagne.** Ouvert aux partenaires réceptifs et destinations tournées outdoor, activités et souhaitant ancrer durablement leur destination sur le principal marché émetteur européen de clientèle active randonnée et cyclo.
- **Green Meet Up, Amsterdam.** Organisé par Greenspin, le rendez-vous annuel de la presse, bloggeurs et influenceurs orientée slow tourisme. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination générale régionale sur cette opération inédite auprès d'un marché particulièrement demandeur.

Univers ... outdoor

ACTIONS INTÉGRANT L'OUTDOOR SUR LES MARCHÉS

Promotion

Rendez-vous en France, les 22 et 23 mars à Nantes. Le grand rendez-vous annuel des réceptifs et DMO, organisé par Atout France. Plus de 500 acheteurs internationaux sont invités sur ce workshop exclusivement BtoB. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional, le co-pilotage de l'opération avec Atout France et organise plusieurs pré-tours en amont du salon visant à faire découvrir l'offre régionale.

MARCHÉS EUROPE

BtoC / 15 au 17 janvier - CMT Fahrrad - und WanderReisen, Stuttgart. Ce salon grand public spécialisé à destination des amateurs de cyclo et randonnée. 40 000 visiteurs et 360 exposants. Auvergne Rhône Alpes organise la représentation régionale avec les hébergeurs, réceptifs et destinations touristiques.

BtoC / 25 et 26 février - salon Fiets & Wandelbeurs à Utrecht.

Le plus important salon BtoC européen, dans l'univers du voyage à vélo, de la randonnée avec 42 000 visiteurs très spécialisés. Auvergne Rhône Alpes coordonne la représentation régionale au profit des hébergeurs, réceptifs, itinéraires et destinations touristiques.

Mai. Accueil multi-marchés de journalistes et bloggers européens autour de la thématique «Outdoor». Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise 2 accueils multi-marchés pour des médias et bloggers de voyage. Ces accueils seront fléchés pour accueillir des médias européens, UK, Belgique, Pays-Bas, Suisse et Allemagne.

Distribution

Poursuite du travail engagé avec les départements sur la connexion entre Apidae et des plateformes spécialisées : Decathlon Outdoor, Utagawavt, Visorando...

Mai. Multimarchés. Green France. Principal rendez-vous d'affaires pour les DMO et DMC tournés outdoor, et souhaitant rencontrer les acheteurs spécialisés dans l'univers thématiques des activités de pleine nature, notamment, le vélo et la randonnée et le bien-être.

Mai. France. Partenariats / Campagnes de communications digitales, blogtrips avec les distributeurs français Lidl Voyages, Carrefour Voyages, Weekendsk, Ceetiz...

FILIÈRE VÉLO

CONTACT ● ● ●

William Gosselin

✉ w.gosselin@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 15 94 23 17

Enjeux

- Développer la visibilité de la région sur le marché français avec des offres micro-aventures et découverte touristique et sur les marchés étrangers avec le best off de l'offre.
- Suivi des préconisations de l'étude vélo.

Cibles

Cible France : néo pratiquants et micro-aventuriers

Cible marchés étrangers : affinitaires

Études

- Suivi des indicateurs définis dans l'étude de positionnement.
- Mise en place d'un baromètre dédié.

Formations

Formation Trajectoires Tourisme spécifique pour l'accueil des touristes à vélo inscrite au catalogue.

Transformation / accompagnement

Coordination du label «Accueil Vélo» à l'échelle régionale.

Design / production offre

- Accompagnement des territoires à la production d'une offre adaptée (ex : boucle à la journée).
- Travailler des offres néo pratiquants et affinitaires pour élargir la cible.
- Favoriser l'émergence de territoires labélisés avec des labels spécialisés vélos.
- Organiser une série de webinaires sur les nouvelles pratiques et/ ou les tendances du marché en partenariat avec les entreprises.
- Sourcer et qualifier l'offre vélo sur Apidae afin de permettre une remontée d'offres plus facile et rapide.

Univers ... outdoor

Communication et relations presse

- Mise en œuvre d'un plan de communication multicanal sur les marchés étrangers s'appuyant sur le best off de la région relatifs à toutes les pratiques du tourisme à vélo.
- Mise en œuvre d'un plan de communication multi canal ciblé sur les vacanciers touche à tout et micro-aventuriers pour le marché français et intrarégional avec pour objectif de changer l'image trop technique et sportive de l'offre régionale.
- Actions de relations presse avec une agence dédiée sur toutes les pratiques du tourisme à vélo : accueil de journalistes et influenceurs.

Promotion

Développer la visibilité sur les plateformes affinitaires en France et à l'étranger (Komoot, GéoVélo, Outdooractive...) avec des offres adaptées (produits affinitaires sur les marchés étrangers et boucles journée ou découverte à vélo pour la clientèle locale).

Prise de parole sur différents médias spécialisés off et online : proposition d'achats groupés avec les territoires intéressés.

Fournir les produits pour favoriser l'édition de guides spécialisés (Glénat, Routard...).

Présence sur les salons thématiques à l'étranger : CMT Fahrrad - und WanderReisen, Stuttgart ; salon Fiets & Wandelbeurs à Utrecht.

Distribution

Du 08 au 11 octobre - Cycling Summit à Chambéry. Cette opération internationale est la rencontre annuelle des professionnels du voyage à vélo. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pilote l'accueil de cette organisation (présentation régionale, pré et post-tours, organisation, logistique, participation des partenaires).

VIARHÔNA

CONTACT

Sylvaine Vallini

s.vallini@auvergnerrhonealpes-tourisme.com

06 48 20 18 31

Enjeux

Assoir une gouvernance pérenne au sein de la commission marketing. Relancer le partenariat. Développer la notoriété de l'itinéraire sur les marchés étrangers.

Études

Etude de fréquentation menée par le Comité d'Itinéraire. L'étude menée en 2017 sera réactualisée avec les éléments quantitatifs mais également qualitatifs. Ceci permettra de voir l'évolution de la clientèle depuis 2017.

Cibles

Cibles France et Europe

Design / production offre

- **Commercialisation de l'offre :** mettre à disposition des territoires les outils utiles décidés conjointement. Accompagner les hébergeurs le long de l'itinéraire afin de développer l'inventaire de la place de marché.
- **Travailler à la gouvernance du comité marketing :** mission sur l'année afin de bien redéfinir l'ensemble des tâches liées à l'itinéraire, qui doit les mener et avec quel budget.

- **Aider au développement des services** sur les zones programmées par les agences. Certaines zones sont difficiles à couvrir par les producteurs par manque de prestataires de services.

Communication et relations presse

En lien avec la commission marketing :

- **Actions** de notoriété sur les marchés Europe et longs courriers dans la continuité des années précédentes.
- **Mise à jour** des supports de communication nécessaires (carte, relations presse, site internet...).
- **Développement** du contenu du site internet.
- **Animation** des réseaux sociaux liés à l'ensemble de l'itinéraire (Facebook, Instagram).

Promotion

Actions de promotion sur les marchés européens de proximité dans la poursuite du travail des années précédentes (marché Suisse en 2021).

Distribution

Stand au Rendez-vous en France au mois de mars à Nantes, **stand lors de GreenFrance** au mois de mai.

Réalisation d'outils de présentation de l'itinéraire pour ces événements dans la continuité du guide pour les professionnels mise en ligne sur le site professionnel.

Univers ... outdoor

VIA ALLIER

CONTACTS • • •

Caroline Chouvy

✉ c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 08 85 72 43

Dominique Bambier

✉ d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 03 52 39

Enjeux

Développer la notoriété régionale, produire les outils de communication pour les territoires, accompagner la mise en tourisme de l'itinéraire.

Cibles

Cible régionale

Design / production offre

- **Travail avec les départements** sur le développement du label «Accueil Vélo» autour de l'itinéraire.
- **Travail sur la segmentation** en tronçon ou «fiche produits/ idée séjours» autour de l'itinéraire.

Communication et relations presse

En lien avec la commission marketing :

- **Réalisation du site internet** de l'itinéraire. Après le travail de définition des étapes en 2021 il s'agira de produire le site internet définitif qui sera un outil de préparation au voyage sur la Via Allier.
- **Poursuite du travail de notoriété** en région grâce à des actions de relations presse et des actions publicitaires dans les médias locaux.
- **Travail de communication interne** auprès de territoires traversés par l'itinéraire.
- **Création de nouveaux outils** de com : carte, vidéos ...

AUTRES ITINÉRAIRES

CONTACT • • •

Dominique Bambier

✉ d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 03 52 39

Enjeux

Apporter des solutions mutualisées aux porteurs de projets.

Études

Diffusion de l'étude de marché itinérance en montagne (conférence) et production d'un carnet de l'ingénierie spécialement dédié.

Cibles

Selon maturité de l'itinéraire

Design / production offre

- **Poursuite du travail de coordination** utile aux porteurs d'itinéraires : construction d'un «pack de services : portage de bagages, outils

pour la commercialisation en lien avec les éditeurs du web, lien avec les plateformes de diffusion des itinéraires (Visorando, outdooractive...).

- **Suivi des groupes de travail** sur les itinéraires prioritaires au niveau régional (Voie Bleue, GTMC Chemins de Compostelle...).
- **Intégration de nouveaux itinéraires** dans la destination Auvergne-Rhône-Alpes présente sur le site vitrine France Vélo Tourisme. Réalisation de contenus rédactionnels supplémentaires permettant de développer la notoriété de cette page autour de l'écosystème la France à vélo.

Communication et relations presse

Actions de promotion en lien avec les comités d'itinéraire.

Univers ... outdoor

BIEN-ÊTRE THERMAL

CONTACT

Lawrence Duval

✉ l.duval@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 07 65 57 54

Enjeux

Ancrage du positionnement Prévention santé et capitalisation sur l'ensemble des études portées par l'écosystème thermal régional.

Cibles

France et Europe

Études

Mise en place d'un outil de suivi de la fréquentation des stations thermales (Orange Flux Vision : zonage thermal).

Formations

Continuité de la mise en place de formations spécifiques. Les thématiques envisagées pour 2022 sont la mise en marché du produit Prévention santé, la gestion de la relation client, le marketing de la santé.

Transformation / accompagnement

Poursuite du travail de commercialisation de l'offre de bien-être.

Design / production offre

- **Qualification de l'offre** dans Apidae et notamment tous les séjours prévention santé qui seraient créés.
- **Diffusion des conclusions** des études menées en 2021 afin de créer de nouvelles offres pour attirer de nouvelles clientèles dans les stations thermales.
- **Identifier les canaux** de distribution spécifiques pour adresser les contenus des stations.

Communication et relations presse

- **Poursuite du travail de notoriété** et de transformation via une campagne multi canal utilisant le positionnement « Aux sources du bien-être ».
- **Campagnes digitales** saisonnières permettant la mise en avant de produits spécifiques.
- **Campagnes médias** type lifestyle, santé.

Promotion

Janvier – Les Thermalies Paris organisation d'un espace régional ouvert à l'ensemble des établissements thermaux et offices de tourisme des stations thermales régionales.

PARCS NATURELS (PN ET PNR).

EN CO-CONSTRUCTION AVEC LE COLLECTIF DES PARCS

Partenariats régis par des conventions pluriannuelles

CONTACT

Muriel Antoniotti

✉ m.antoniotti@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 87 71 90 37

Cibles

Cibles jeunes et familles

Études

Diffusion de l'étude Parcs Naturels Régionaux et du Carnet de l'Ingénierie spécialement dédié

Formations

- **Formation et accompagnement** au design de l'offre et optimisation du parcours client
- **Accompagnement** à la commercialisation des refuges

Design / production offre

- **Animation** de réseau en collaboration avec L'APARA et en associant les parcs nationaux
- **Journée annuelle** du réseau / séminaire
- **Animation** de quatre groupes de travail et pour chacun mise en œuvre d'un plan d'actions

- **Capitalisation et exploitation** de l'étude notoriété

- **Accompagnement** à la digitalisation de l'offre par une harmonisation de la saisie Apidae

- **Accompagnement** à la commercialisation des refuges

- **Travail et expérimentation** des outils de gestion de flux pour 2023

Communication et relations presse

- **Réalisation** de CP/DP thématiques.

- **Intégration** dans les campagnes digitales et actions presse globales Outdoor et vélo pour valoriser les produits et séjours proposés par les Parcs et les refuges

- **Campagne de communication** autour des messages de sensibilisation des publics à la fréquentation des parcs naturels.

Distribution

Accompagnement à la commercialisation des refuges en lien avec la Place de marché

Univers ... outdoor

GÉNÉRATION MONTAGNE ÉTÉ

Toujours dans l'objectif de contribuer au renouvellement des clientèles pour les années futures et pour fidéliser celles conquises récemment, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et ses partenaires poursuivent leurs actions de sensibilisation et de promotion de la montagne auprès des enfants et des jeunes.

CONTACT ● ● ●

Muriel Antoniotti

✉ m.antoniotti@auvergnerhonealpes-tourisme.com
☎ 06 87 71 90 37

Études

Tableau de bord du tourisme des jeunes en région : fréquentation totale, performance des centres de vacances, profils...

Formations

Sprint Design offre : une session pour travailler les services et le parcours client pour la clientèle jeune (1 jour ou 1,5).

Transformation / accompagnement

Commercialisation des offres avec la Place de Marché et en lien avec Apidae.

Communication et relations presse

Actions définies par le comité éditorial promotion-communication Génération Montagne réunissant les partenaires.

Promotion

Pôle digital : accueils d'influenceurs et de tiktokers majeurs, présence importante et régulière sur les réseaux sociaux.

SPÉCIAL RELANCE

DES CENTRES DE VACANCES

CONTACT ● ● ●

Nathalie Vallier

✉ n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com
☎ 06 32 71 59 54

Transformation / accompagnement

Etude et analyse de la commercialisation en ligne possible.

Communication et relations presse

Plan de prospection et de communication multi canal et en faveur des centres de vacances en lien avec les résultats du plan de relance 2021.

Promotion

- Partenariat tout au long de l'année avec l'influenceur Jammy.
- Accueil en partenariat avec un ou des territoires et l'engagement de professionnels.

Univers ... sports d'hiver

L'univers marketing des sports d'hiver est prioritairement tourné vers les actions de promotion, communication et de distribution. Il regroupe les séjours sports d'hiver composés des multiples activités de glisse et de découverte de la montagne l'hiver.

CONTACT ● ● ●

Christian Douchement

✉ c.douchement@auvergnerhonealpes-tourisme.com
☎ 06 34 90 80 29

Cibles

International

Communication et relations presse

Coordination des actions de communication BtoC, print, affichages, opérations médias, presse et influences avec France Montagnes, Isère Attractivités, l'agence Savoie Mont Blanc et Atout France, sur l'ensemble des marchés internationaux.

Janvier - février.

- Campagne multi canal sur les activités nordiques en région.

Mars. Chine. Opération influences, réseaux sociaux et médias à l'occasion du Chinese Carnival Ski weeks dans les Alpes françaises, organisé par Auvergne Rhône Alpes Tourisme et le TO Boonski. Accueil influenceurs et médias chinois. Ouverts aux partenaires alpins travaillant le marché chinois.

Septembre. Israël. Rencontre avec la presse israélienne sur la thématique «Sports d'hiver». Organisé en partenariat avec Atout France, l'objectif est d'accompagner les destinations présentes sur ce marché d'opportunité et de renforcer l'attractivité de nos destinations montagne sur cette cible.

Octobre. France. Campagne TV, Activation des communautés, podcast, campagnes print et dispositif médias et influences en coordination avec France Montagne, Isère Attractivité et l'agence Savoie Mont Blanc.

Univers sports d'hiver

Octobre. Russie-Ukraine Rencontre avec la presse sur la thématique «Sports d'hiver». Organisé en partenariat avec Atout France, l'objectif est de communiquer les nouveautés de la prochaine saison ski 22-23 et d'accompagner les destinations présentes sur ce marché d'opportunité et de renforcer l'attractivité de nos destinations montagne sur cette cible.

Octobre. Brésil. Rencontre avec la presse brésilienne, lors du workshop pro dédié à la montagne française.

Octobre. Allemagne. Tournée médias sur le sujet des sports d'hiver dans les Alpes.

Décembre. France. Opération influences, réseaux sociaux et médias à l'occasion du Chinese Carnival Ski weeks dans les Alpes françaises, organisé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et le TO Boonski. Accueil influenceurs et médias chinois. Ouverts aux partenaires alpins travaillant le marché chinois.

Promotion-BtoB

25-26 janvier Destination Montagnes, Chambéry. Workshop professionnel. Organisation et coordination de l'espace régional. 160 exposants régionaux et 470 acheteurs internationaux représentant 60 pays. Auvergne-Rhône-Alpes assure le co-pilotage de ce workshop, de la soirée et des pré et post-tours internationaux et long-courriers.

Avril. USA. MTS Mountain Travel Symposium, USA Ski. Le workshop nord-américain pour les sports d'hiver. Plus de 300 acheteurs et 300 destinations montagne hiver présents sur ce rendez-vous incontournable sur le marché nord-américain pour les DMO, DMC. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme coordonne la présence régionale et organise des temps spécifiques pour les Ski Clubs et Agents de voyages.

Avril. Chine. Roadshow BtoB et opération de démarchage post JO hiver, auprès des skiclubs et distributeurs chinois, en vue de l'hiver 22/23. Roadshow, démarchage et représentation, activation. Ouverts aux partenaires souhaitant capitaliser sur la croissance de la demande chinoise pour les séjours neige dans les Alpes.

13 & 14 septembre. Brésil. Workshop ExpoSki, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur le principal workshop «Sports d'Hiver» sur le marché brésilien. Le workshop sera couplé à une opération presse et un démarchage spécialisé et ciblé.

Septembre. Israël. Workshop Israël Ski et Montagne. Principal workshop BtoB orienté Sports d'hiver et montagne Été sur le marché israélien. Organisé par Atout France et en partenariat avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour le volet médias, influences et rayonnement. Un démarchage sera également organisé dans la continuité sur workshop.

Octobre. Russie Ukraine. Workshop Russie-Ukraine sur la thématique «Sports d'hiver». Organisé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et Atout France, ce workshop important vise à rapprocher les DMO, et destinations montagne, et aussi les DMC et opérateurs, avec les principaux revendeurs, TO et distributeurs russes et ukrainiens. Un démarchage sera organisé en parallèle, ainsi qu'un dispositif de communication inédit via les solutions digitales.

Distribution

Janvier à mars. Campagnes de communication digitales, blogtrips avec les distributeurs français Tour-opérateurs, Expédia, Abritel, Hotels.com, Easyvoyages, Lokapi.

Septembre. France et Europe dispositif earlybooking hiver «skiyousoon». Campagnes avec les principaux spécialistes Veepee / Voyages Privés / Cdiscount Voyages pour stimuler les ventes en earlybooking, et lancement des dispositifs permanents hiver avec les principaux opérateurs et distributeurs européens (Sunweb, Travelski, Jet2, Expédia, Abritel, etc.).

Septembre à mars. Campagnes digitales pan-européennes BtoC et BtoBtoC Orchestrée avec Atout France, France Montagnes, l'Agence Savoie Mont Blanc, Isère Attractivité, elles intègrent les partenaires Easyjets, et les principaux tour-opérateurs européens. Elles s'adressent aux marchés UK, Belge, Pays Bas, Allemagne et Scandinave en ciblant les familles, les dink's et les millenials. Ouvert aux distributeurs européens.

Octobre. Russie, Israël, USA, Ukraine et Canada. Campagnes digitales de stimulation des ventes sur les marchés Israélien, Russe, Ukrainien, USA et Canada. En partenariat avec Atout France, les distributeurs et compagnies aériennes. Ouverts aux partenaires stations et tour-opérateurs internationaux.

Novembre à mars. Campagnes digitales BtoBtoC et CtoC de stimulation des ventes Hiver sur le marché France. Les supports retenus sont les principaux OTO et OTA intervenants notamment, sur le CtoC comme Expédia, Abritel et auprès des tour-opérateurs et agrégateurs de séjours montagne. Ce dispositif vise à promouvoir 40 000 offres de séjours hiver sur les marchés France essentiellement. Ouverts aux partenaires distributeurs et agences départementales de tourisme.

Univers sports d'hiver

GÉNÉRATION MONTAGNE HIVER

Toujours dans l'objectif de contribuer au renouvellement des clientèles pour les années futures pour fidéliser celles conquises récemment Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et ses partenaires poursuivent leurs actions de sensibilisation et de promotion de la montagne auprès des enfants et des jeunes.

CONTACT ● ● ●

Muriel Antoniotti

✉ m.antoniotti@auvergnerhonealpes-tourisme.com

📞 06 87 71 90 37

Études

Tableau de bord du tourisme des jeunes en région : fréquentation totale, performance des centres de vacances, profils...

Formations

Sprint Design offre : une session pour travailler les services et le parcours client pour clientèle jeune (1 jour ou 1,5).

Transformation / accompagnement

Commercialisation des offres avec la Place de Marché et en lien avec Apidae.

Communication et relations presse

Actions définies par le comité éditorial promotion-communication Génération Montagne réunissant les partenaires Génération Montagne.

Promotion

Pôle digital : accueils d'influenceurs et de tiktokeurs majeurs, présence importante et régulière sur les réseaux sociaux.

SPÉCIAL RELANCE DES CENTRES DE VACANCES

CONTACT ● ● ●

Nathalie Vallier

✉ n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

📞 06 32 71 59 54

Transformation / accompagnement

Etude et analyse de la commercialisation en ligne possible.

Communication et relations presse

Plan de prospection et de communication multi canal et en faveur des centres de vacances en lien avec les résultats du plan de relance 2021.

Promotion

- Partenariat tout au long de l'année avec l'influenceur Jammy.
- Accueil en partenariat avec un ou des territoires et l'engagement de professionnels.

Partir ici



CONTACT

Camille Ract

✉ c.ract@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 07 53 86 28

Enjeux

Faire re-découvrir la région aux Auvergnat-Rhônealpins grâce à des activités authentiques et originales près de chez soi.

Des activités incarnées par des professionnels engagés pour un meilleur tourisme.

Une mobilisation des agences départementales et des offices de tourisme pour faire rayonner leurs territoires.

Les éclaireurs, une communauté de passionnés, ambassadeurs amoureux de leurs territoires qui partagent ses expériences.

Cible

Intrarégionale

Formations

Formation pour sensibiliser au tourisme durable.

Design / Production offre

Objectif : 4 000 offres fin 2022

— Sourcing de l'offre permanent via **Apidae** : présélection des offres par les offices de tourisme et envoi automatisé d'un autodiagnostic à chacun des professionnels dont les offres ont été présélectionnées.

— Qualification de l'offre par les offices de Tourisme (photos, description...).

— Campagne de relance à chaque nouvelle saison orchestrée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et relayée par chaque office de tourisme auprès de ses partenaires.

— Implication forte des animateurs Apidae de chacun des départements.

Partir Ici, une vitrine régionale pour chaque territoire.

— Animation de la communauté des offices de tourisme et des agences départementales pour mise en valeur de leur destination grâce à la publication d'articles, de stories sur Partir ici.

Communication et relations presse

Objectif de fidélisation des utilisateurs de Partir Ici

— Une communication permanente avec des points d'orgue à chaque lancement de saison.

— Accueil influenceurs / presse régionale et plan média (affichage et radio).

— Animation de la communauté des éclaireurs et organisation d'événements exclusifs une ou deux fois dans l'année.

partir-ici.fr

Destination Auvergne

CONTACT

Ghislaine Borie

✉ g.borie@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 22 41 63 49

Valorisation de la destination Auvergne dans le cadre du contrat de destination. Les actions seront définies avec les partenaires départementaux

Enjeux

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, la Région Auvergne-Rhône-Alpes et Atout France ont signé un contrat de destination pour 3 ans pour la promotion du territoire de l'Auvergne. A ce titre de nombreuses actions de communication en France et à l'étranger sont mises en place.

Études

Zoom conjoncture estivale sur les tendances de fréquentation estivale en Auvergne.

Communication et relations presse

— Animation éditoriale de trois réseaux sociaux dédiés (Auvergne Tourisme) : production de nouveaux contenus thématiques (photo, vidéo, podcast...)

— Mobilisation d'influenceurs (Bruno Maltor, les Éclaireurs de la plateforme Partir Ici...)

— Campagnes partenaires (campagnes digitales et/ou campagnes radio) en France et à l'étranger

Promotion

Actions sur les marchés Europe (à venir).



L'international

—— **ACTIONS MULTIMARCHÉS**

—— **MARCHÉ EUROPE**

—— **MARCHÉS MOYEN ET LONG-COURRIER**

Actions multimarchés

Promotion BtoB

25-26 janvier Destination Montagnes. Chambéry. Workshop professionnel. Organisation et coordination de l'espace régional. 160 exposants régionaux et 470 acheteurs internationaux représentant 60 pays. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure le co-pilotage de ce workshop, de la soirée et des pré et post-tours internationaux et long-courriers.

22 et 23 mars - Rendez-vous en France, à Nantes. Le grand rendez-vous annuel des réceptifs et DMO, organisé par Atout France. Plus de 500 acheteurs internationaux sont invités sur ce workshop exclusivement BtoB. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional et le co-pilotage de l'opération avec Atout France et organise plusieurs pré-tours en amont du salon visant à faire découvrir l'offre régionale.

Mai - Workshop Green France.

Principal rendez-vous d'affaires pour les DMO et DMC orientés outdoor, et souhaitant rencontrer les acheteurs spécialisés dans l'univers thématique des activités de pleine nature, et notamment, le cyclo, le vélo et la randonnée. GreenFrance sera organisé en présentiel sur un site régional et couplé à une solution virtuelle pour les rendez-vous individuels.

Octobre - Workshop BtoB Destinations Vignobles, Aix en Provence. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional, sur cette opération biannuelle organisée par Atout France, et visant à la rencontre des DMO et DMC spécialisés dans l'œnotourisme et l'art de vivre, avec les meilleurs agents de voyages et TO internationaux spécialisés.

Septembre - IFTM, Paris. Le rendez-vous d'affaires des destinations touristiques internationales avec les voyageurs, réseaux d'agences et acheteurs français. Le salon accueille plus de 15 000 visiteurs, exclusivement des professionnels du voyage français. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination de l'espace régional, la visibilité de ses partenaires exposants via des formations aux agents de voyages, de la communication auprès de la presse professionnelle et des médias du voyage...

Marché Europe

CONTACTS • • •

Irène Tronchet

✉ i.tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com
📞 06 79 14 32 12

Anissa Guenfoud

✉ a.guenfoud@auvergnerhonealpes-tourisme.com
📞 06 71 52 22 08

Ophélie Laffuge

✉ o.laffuge@auvergnerhonealpes-tourisme.com
📞 06 13 83 94 25

Communication et relations presse

Les workshops presse européens : Les rendez-vous annuels de la presse dans chaque pays, en quête de sujets de voyage en France. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale de ces événements et permet aux partenaires de présenter leurs nouveautés.

Janvier – Suisse. Workshop presse France sur marché suisse.

20 janvier – Belgique. Workshop presse Collection France à Bruxelles.

24 février – Allemagne. Rencontre presse - Fiets rallye cyclo. Utrecht.

10 février – Pays Bas. Workshop presse France à Amsterdam.

Mars – UK. IMM, Londres. Workshop presse

Mars – Allemagne. IMM, Berlin. Workshop presse

Avril – Allemagne. Workshop presse France sur marché allemand.

Mai - Accueil multi-marchés de journalistes et blogueurs européens autour des thématiques «Art de vivre et coins secrets». Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise 2 accueils multi-marchés pour des médias et blogueurs de voyage. Ces accueils seront fléchés pour accueillir des médias européens, UK, Belgique, Pays-Bas, Suisse et Allemagne.

Marché Europe

Juin - Accueil multi-marchés de journalistes et bloggeurs européens autour de la thématique «Outdoor». Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise 2 accueils multi-marchés pour des médias et bloggeurs de voyage. Ces accueils seront fléchés pour accueillir des médias européens, UK, Belgique, Pays-Bas, Suisse et Allemagne.

Novembre - Green Meet Up, Amsterdam. Organisé par Greenspin, le rendez-vous annuel de la presse, bloggeurs et influenceurs orientée slow tourism.

Promotion BtoB / BtoC

15 au 17 janvier - CMT Fahrrad- und WanderReisen, Stuttgart, Allemagne. Ce salon grand public spécialisé à destination des amateurs de cyclo et randonnée. 40 000 visiteurs et 360 exposants. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise la représentation régionale avec les hébergeurs, réceptifs et destinations touristiques.

25 et 26 février - Salon Fiets & Wandelbeurs à Utrecht. Le plus important salon BtoC européen, dans l'univers du voyage à vélo, de la randonnée avec 42 000 visiteurs très spécialisés. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme coordonne la représentation régionale au profit des hébergeurs, réceptifs, itinéraires et destinations touristiques.

26 et 27 avril - RDA Cologne - Cibles BtoB, grossistes, autocaristes. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur ce workshop exclusivement BtoB et autocariste, auprès des marchés Allemand et Suisse, particulièrement demandeurs de nouvelles destinations.

Avril - Campagnes digitales HPA sur les marchés Allemagne, Suisse, Belgique et Pays Bas. Dispositif organisé avec les organismes départementaux du tourisme et les comités départementaux et régionaux de l'hôtellerie de plein air. Ce dispositif important cible en particulier les familles, couples et millenials, pour stimuler la demande et assurer un véritable objectif de conversion sur les marchés les plus fortement émetteurs en Europe. En parallèle, seront activées différentes solutions en lien avec les distributeurs européens, comme Pincamp.de, principal opérateur sur le marché allemand en pleine croissance.

Avril - Campagnes digitale de notoriété et influence sur les marchés européens, UK, Belgique et Suisse au profit de la destination et des produits / expériences liées à la Vallée de la Gastronomie et plus globalement l'art de vivre.

Avril - Campagne digitale outdoor avec Komoot.de, le leader de la planification d'itinéraires vélo / rando en Allemagne. Ouvert aux partenaires réceptifs et destinations orientés outdoor et souhaitant ancrer durablement leur destination sur le principal marché émetteur européen de clientèle active randonnée et cyclo.

Distribution

Mars - Campagnes autour de la thématique des «City Break». Les campagnes seront organisées avec un objectif de vente, sur les marchés France, Belgique et Suisse en priorité. Elles seront pilotées par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, ouvertes aux partenaires DMO et DMC urbains, et opérées par Expédia, Abritel, Hotels.com, Expédia Villes France, Suisse, Belgique

Avril - Campagne digitale européenne de stimulation des ventes Printemps / Été sur les marchés France et Europe. Ouverts aux partenaires marchands. Les supports proposés sont Expédia, Veepee, Voyage-privé, Abritel, Hotels.com, Cdiscount Voyages, Voyages Carrefour, Lidl voyages, etc. Ce dispositif tourné conversion, couple également un objectif de notoriété auprès des cibles recherchées, que sont les acheteurs de voyages, couples et familles.

Avril - E-learning et workshop virtuel spécial HPA organisé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, auprès des distributeurs européens des offres et produits campings, pour présenter les destinations, échanger sur les nouveautés, contenus et offres marchandes.

Études

Étude des clientèles touristiques européennes (principaux marchés) : image et appétence pour nos destinations, profils et comportements, périodes et canaux d'information et de réservation, impact de la crise sanitaire, attentes nouvelles et futures...

Avril - Sessions de formation Vallée de la Gastronomie / présentation auprès des TO Europe spécialisés dans l'art de vivre. Ouverts aux destinations et DMC.

Septembre - Campagne digitale européenne de stimulation des ventes automne sur les marchés France et Europe. Ouverts aux partenaires marchands, hébergeurs, destinations, DMC et DMO. Les supports retenus sont les principaux OTO, OTA et plateformes onlines.

Septembre. Dispositif d'early booking hiver «skiyousoon» au profit de la montagne hiver. Activation du dispositif de ventes early booking événementiel via les canaux et opérateurs les plus pertinents sur le marché. Ce dispositif tourné conversion, couple également un objectif de notoriété.

Novembre - Campagne digitale européenne de stimulation des ventes Hiver sur les marchés France et Europe. Ouverts aux partenaires marchands, Tour-opérateurs, DMO et DMC. Les supports proposés sont les principaux OTO et OTA comme Expédia, easyvoyages, Lokapi, Abritel, Cdiscount, Carrefour Vacances, Skiworld, Jet2, Sunweb, Travelski, etc

Marchés moyen ... et long-courrier

CONTACTS ● ● ●

Corinne Renard

✉ c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com
☎ 07 86 51 83 75

Rachel Grégoris

✉ r.gregoris@auvergnerhonealpes-tourisme.com
☎ 06 87 71 90 41

Barbara Breheret

✉ b.breheret@auvergnerhonealpes-tourisme.com
☎ 06 11 22 81 63

USA / CANADA

Communication et relations presse

17 au 21 octobre – USA, New York. Opération presse et événement médiatique pour le lancement de la Vallée de la Gastronomie sur le marché nord-américain. Rencontres, interviews et workshop presse. Ouvert aux partenaires concernés par la Vallée de la Gastronomie et le marché nord-américain.

15 & 16 novembre - Tournée médiatique Canada, Québec et Toronto, sur le thème de la gastronomie. Organisée par Atout France, l'objectif est d'accompagner les destinations présentes sur ce marché et de renforcer l'attractivité de nos destinations sur cette cible.

Promotion

Février - Roadshow prescripteurs canadiens «Destination France» sur les villes de Québec, Montréal, Toronto du 21 au 25 février, organisé par Atout France. Un volet virtuel sur une journée sera réalisé afin de rejoindre les conseillers voyages des autres régions du Canada non prospectées. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale.

Avril - MTS Mountain Travel Symposium, USA Ski. Le workshop nord-américain pour les sports d'hiver. Plus de 300 acheteurs et 300 destinations montagne hiver présents sur ce rendez-vous incontournable sur le marché nord-américain pour les DMO, DMC. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme coordonne la présence régionale et organise des temps spécifiques pour les Ski Clubs et Agents de voyages.

Avril - Campagnes autour de la thématique «Art de vivre à la française». Les campagnes seront organisées avec un objectif de vente, sur les marchés USA et Canada en priorité. Elles seront pilotées par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, ouvertes aux partenaires DMO et DMC travaillant les marchés nord-américains. Cette opération initiée par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme sera organisée avec Atout France.

17 au 21 octobre - Workshop France 360, USA, New-York. Événement hybride avec présentiel à New-York et plateforme Vimeet pour des RDV en visio. Organisé par Atout France. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur le principal workshop BtoB sur le marché américain. Le workshop sera couplé avec un démarchage personnalisé.

AMÉRIQUE LATINE

Communication et relations presse

Septembre - Point Presse Brésil sur la thématique «Sports d'hiver». Organisé en partenariat avec Atout France, l'objectif est d'accompagner les destinations présentes sur ce marché d'opportunité et de renforcer l'attractivité de nos destinations montagne sur cette cible.

Promotion BtoB

Février - Workshop Encontros A francesas. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur le principal Workshop BtoB organisé par Atout France sur l'Amérique latine. Événement virtuel sur deux jours de RDV prescripteurs.

13 & 14 septembre - Workshop ExpoSki, Brésil. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur le principal workshop «Sports d'Hiver» sur le marché brésilien. Le workshop sera couplé à une opération presse et un démarchage spécialisé et ciblé.

ASIE

Communication et relations presse

Juin - Accueils presse Media/influenceurs Japon-Corée-Chine-Taiwan : Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise 3 accueils de presse pour des médias et blogueurs de voyage spécialisés culture/art de vivre/tourisme/outdoor en région.

Promotion BtoB

Avril - Workshop virtuel et sessions de formation des acheteurs et voyageurs sur les marchés asiatiques, Chine, Japon, Corée et Hong-Kong. Organisé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et en lien avec les bureaux d'Atout France, ce workshop virtuel sera ouvert aux DMC et DMO régionaux souhaitant travailler ou découvrir ces marchés émergents en forte croissance.

CHINE

Communication et relations presse

Avril - Campagne Wetchat et Weibo Chine. Activation des dispositifs de promotion digitaux sur le marché grande chine, via les réseaux sociaux Weibo et Wetchat, l'accueil d'influenceurs et la génération de trafic. Ouverts aux partenaires régionaux travaillant le marché chinois.

Marchés moyen et long-courrier

Promotion BtoB

TOUTE L'ANNEE - Démarchage commercial personnalisé auprès des TO/AGV chinois de Beijing, Shanghai, Canton, Shenzhen, Hong Kong.

Février - Holidays Promotion Fosun Tourism et Cooperation Hangzhan/Nanjing Ski Clubs : promotion French Alps et du Chinese Carnaval Ski Weeks dans les Alpes françaises. Représentation régionale par le correspondant chinois d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Ouvert aux partenaires internationaux.

Mars - **Coopération Sunac** Snow Park Chengdu, Chongqing/Wuxi et Beijing Qiaobo Indoor Ski Resort et Indoor Ski Machines pour la promotion French Alps et du Chinese Carnaval Ski Weeks dans les Alpes françaises. Représentation régionale par le correspondant chinois d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Ouvert aux partenaires internationaux.

Mai - Genting Secret Garden Summer Ski (rencontres avec les Ski Clubs et les agences de voyages) et le Snow Ice Festival Ningbo pour la promotion French Alps et du Chinese Carnaval Ski Weeks dans les Alpes françaises. Représentation régionale par le correspondant chinois d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Ouvert aux partenaires internationaux.

Décembre - **Accueil d'influenceurs et bloggeurs chinois** pour la promotion des Alpes françaises et des Chinese Carnaval Ski Weeks. Accueil couplé à un dispositif de communication sur WeChat et Weibo.

JAPON/ COREE

Promotion BtoB

Mai - **Workshop Sakidori, Japon.**

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur le principal workshop BtoB sur le marché Japon. Le workshop sera couplé à une opération presse et un démarchage spécialisé et ciblé.

Octobre - **Workshop French Days, Corée du Sud.** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur le principal workshop BtoB sur le marché Japon. Le workshop sera couplé à une opération presse et un démarchage spécialisé et ciblé.

PROCHE ET MOYEN

ORIENT / INDE

Communication et relations presse

Juin - **Accueil de presse influenceurs et magazines des pays Golfe** en région : Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme organise 1 accueil de presse pour des médias et bloggeurs de voyage spécialisés art de vivre/tourisme/montagnes et lacs

Septembre - **Point Presse en Israël sur la thématique «Sports d'hiver».** Organisé en partenariat avec Atout France, l'objectif est d'accompagner les destinations présentes sur ce marché d'opportunité et de renforcer l'attractivité de nos destinations montagne sur cette cible.

Novembre - **Point presse en Israël,** organisé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et en partenariat avec Atout France et ouvert aux partenaires présents sur les opérations et le marché israélien.

Promotion BtoB

Février - **Workshop Moyen Orient et Inde, Dubaï.** Workshop ouvert aux professionnels du tourisme, DMC et DMO régionaux, et aux Tour-opérateurs des destinations Inde et Moyen-Orient. Ce workshop inédit s'inscrit dans le cadre de l'Expo Dubaï et vise à attirer les meilleurs revendeurs des destinations France. Organisation Atout France, coordination régionale, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

6 au 10 mars - **Roadshow Arabie Saoudite** (Jeddah-Ryadh)-Koweït - Qatar - Dubaï : workshop itinérant (avant le début du Ramadan) dans 5 villes majeures dans les pays du Golfe avec un événement sur le pavillon France de l'expo Universelle Dubaï Cibles : les TO/AGV - ouvert à tous les partenaires privé et destinations, DMC.

Septembre - **Workshop Inde.** Organisé par Atout France. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure la coordination régionale sur le principal workshop BtoB sur le marché indien ; Le workshop sera couplé à une opération presse et un démarchage spécialisé et ciblé.

Septembre - **Workshop Israël Ski et Montagne.** Principal workshop BtoB orienté Sports d'hiver et montagne Eté sur le marché israélien. Organisé par Atout France et en partenariat avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour le volet médias, influences et rayonnement. Un démarchage sera également organisé dans la continuité du workshop.

07 & 08 novembre - **French Travel Workshop, Israël,** Tel Aviv. Workshop BtoB exclusivement, visant à valoriser les destinations françaises au sens large, auprès d'une sélection de revendeurs et TO israéliens généralistes ou plus spécialisés. Une organisation Atout France sur ces marchés en pleine croissance et de proximité.

Distribution

Campagne digitale de stimulation des ventes à l'automne sur le marché israélien avec TO PAC Group pour lancer la saison hivernale 22-23. Ouverts aux partenaires marchands/destinations.

RUSSIE - UKRAINE

Communication et relations presse

Octobre - **Point Presse Russie-Ukraine sur la thématique «Sports d'hiver».** Organisé en partenariat avec Atout France, l'objectif est de communiquer les nouveautés de la prochaine saison ski 22-23 et d'accompagner les destinations présentes sur ce marché d'opportunité et de renforcer l'attractivité de nos destinations montagne sur cette cible.

Promotion BtoB

Octobre - **Workshop BtoB Russie-Ukraine** sur la thématique «Sports d'hiver». Organisé par Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et Atout France, ce workshop important vise à rapprocher les DMO, et destinations montagne, et aussi les DMC et opérateurs, avec les principaux revendeurs, TO et distributeurs russes et ukrainiens. Un démarchage sera organisé en parallèle, ainsi qu'un dispositif de communication inédit via les solutions digitales.

Distribution

Campagne digitale de stimulation des ventes à l'automne sur le marché Russie avec TO PAC Group et Ukrainiens avec Joinup pour lancer la saison hivernale 22-23. Ouverts aux partenaires marchands/destinations



Auvergne Rhône-Alpes Tourisme

— LYON

11 bis Quai Perrache
69002 Lyon,
France

— CLERMONT-FERRAND

59 boulevard Léon Jouhaux
CS 90 706
63050 Clermont-Ferrand Cedex,
France

— SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

-  TOURISME PRO EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
-  TourismePros
-  Page entreprise Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

— PHOTOTHÈQUE EN LIGNE

phototheque.auvergnerhonealpes-tourisme.com/

— POUR PARTAGER NOS VIDEOS

auvergnerhonealpes-tourisme.tv

— SITE À DESTINATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com

— SITE À DESTINATION DES PRESCRIPTEURS ET DE LA PRESSE

inauvergnerhonealpes.com

— SITE GRAND PUBLIC

auvergnerhonealpes-tourisme.com

LES RESSOURCES TRANSVERSALES

— MARKETING DIGITAL

Aurélien Devif,

✉ a.devif@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 76 81 57 79

— COMMUNICATION CORPORATE / PRESSE / EDITIONS

Séverine André,

✉ s.andre@auvergnerhonealpes-tourisme.com

☎ 06 23 03 52 38

Plans d'actions 2022