Catalogue ^^^ de services

--- actions 2023





Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme:

un travail collectif avec les professionnels du tourisme



ÉTUDES MARKETING

Pour se doter d'éléments objectifs dans nos stratégies; études et données chiffrées sur les tendances, l'offre, les marchés et les clientèles.



INGÉNIERIE - TRANSFORMATION

Comment préparer nos offres aux nouveaux enjeux; démarches de labellisation, tourisme durable et responsable, accompagnement des réseaux d'hébergeurs, digitalisation de la mise en marché.



TRAJECTOIRES TOURISME

Pour cultiver les compétences des professionnels du tourisme et contribuer à l'épanouissement des individus et la performance des organisations.



COMMUNICATION ET MARKETING DIGITAL

Mise en œuvre de plans média, campagnes digitales et influence, mutualisés avec des partenaires. Animation des communautés Auvergne-Rhône-Alpes sur les réseaux sociaux. Suivi des fonds photothèque et vidéothèque Auvergne-Rhône-Alpes.



nĂĂ

MARKETING / PRODUCTION

Accompagnement des territoires et professionnels/ qualification des offres touristiques/ plan d'actions affinitaires dans les univers marketing définis à l'échelle régionale.





PROMOTION

Organisation d'actions avec présences des professionnels du tourisme sur les marchés européens et long-courriers dans le cadre d'opérations BtoC, BtoB et Presse.



DISTRIBUTION

Opérations mutualisées en France et en Europe pour la stimulation des ventes en ligne; aide à la programmation des offres par les distributeurs.

Organisée en plateforme de services, l'agence régionale concentre ses missions sur des univers marketina correspondant aux attentes des clientèles et priorise les actions menées avec des acteurs du tourisme en collaboration et/ou mutualisation. Ceci permet de générer une force de frappe pertinente et de regrouper l'ensemble des moyens requis pour des résultats performants avec des retombées directes sur le terrain. A l'échelle régionale, la priorité est donnée à Partir ici, le guide en ligne destiné à promouvoir les activités durables pour un tourisme de proximité, hors des sentiers battus pour contribuer à une meilleure répartition spacio-temporelle de notre activité.

LES UNIVERS MARKETINGS

L'Art de Vivre

- Le tourisme gourmand et l'œnotourisme
- Grand projet: La Vallée de la Gastronomie France
- Les Sites Touristiques Emblématiques
- Le tourisme urbain
- _ Tourisme de Savoir-Faire

L'outdoor - Pleine nature

- Le vélo
- L'itinérance
- Grand projet: ViaRhôna
- Grand projet: Via Allier
- Les Parcs Naturels
- Le bien-être thermal

Les sports d'hiver

Sommaire

04 ÉTUDES & DATA

- Observer, analyser et anticiper pour gagner en performance
 - Mieux connaître ses clients
 - Enquêtes de conjoncture
 - Évaluer l'impact de l'hébergement locatif
 - Groupes d'enfants
 - Investissements

06 RÉSEAUX ET TERRITOIRES

- Collaborer et travailler ensemble
 - Les réseaux d'hébergeurs
 - Les Sites Touristiques Emblématiques
 - Les acteurs des territoires TRPN et TRM4S, les Parcs
 - Grands itinéraires
 - Les territoires Vignobles et Découvertes
 - Les stations thermales

11

ADAPTER SON ACTIVITÉ AU MARCHÉ

- Qualité de vie Villes et Villages Fleuris
- Tourisme et Handicap
- H+ Destination tourisme
- Qualité Tourisme

14

ENGAGER DES ACTIONS D'INTÉRÊT GÉNÉRAL SUR LE TERRITOIRE

- Mécènat sur son territoire avec le fonds de dotation Essentiem

16

QUALIFICATION DE L'OFFRE / PRODUCTION

- Les accompagnements du Pôle Production
- Les univers marketings et les thématiques prioritaires
- La Vallée de la Gastronomie
- Qualifier son offre dans Apidae

21

PROMOTION / DISTRIBUTION

- Digitaliser son offre avec la Place de Marché
- Promouvoir son offre et stimuler la demande et sa notoriété
 - Au niveau régional
 - France
 - International

32

COMMUNICATION

- Mutualiser nos moyens
 - Reportages photos
 - Production d'images
 - Commande en nombre de documentation

34

LA POLITIQUE RÉGIONALE DU TOURISME

Études & Data Observer, analyser et anticiper pour gagner en performance

Le pôle Études & Data met en œuvre les études adéquates et opérationnelles au service des stratégies de développement et de mise en marché d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et des acteurs du tourisme de la région.

Nouveautés 2023 :

- Études sur la problématique du changement climatique,
- Nouvelles sources de data pour gagner en réactivité et en finesse d'analyse,
- Nouveau Memento du tourisme
- Actualisation de l'étude Visiteurs/Visités

Le pôle Études & Data participera activement au niveau national aux travaux de refonte de l'observation touristique afin de gagner en harmonisation et en mutualisation.



CONJONCTUREENQUÊTES DE CONJONCTURE

CONTRE L'IMPACT DE L'HÉBERGEMENT LOCATIF

GROUPES D'ENFANTS

NVESTISSEMENTS

Études …**~~** & Data

CONTACT

Guilhem Poncy

g.poncy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

MIEUX CONNAÎTRE SES CLIENTS

Enquête clientèle « clé en main »

Un outil d'enquête clientèle pour répondre aux besoins de connaissance des clientèles en séjour: profil, parcours client, motifs de satisfaction et d'insatisfaction... Exclusivement en ligne, cet outil est très facile d'utilisation et personnalisable. L'analyse des données est automatisée et très intelligible grâce à la datavisualisation.

Types de partenaires attendus

Offices de tourisme, Parcs, Fédérations, stations...

Contribution partenaire

500 € HT pour 12 mois consécutifs

Participation financière de l'ART

5000 € HT (licence enquête en ligne) et d'accompagnement

ENQUÊTES DE CONJONCTURE

Connaître les tendances de fréquentation estivale

2 enquêtes mises en place en juin et août 2023 en collaboration avec G2A pour analyser le ressenti des professionnels du tourisme sur leur activité et leurs prévisions de fréquentation pour les mois à venir. Ces enquêtes peuvent faire l'objet d'un zoom spécifique sur un territoire et d'un traitement des résultats en datavisualisation.

Types de partenaires attendus

Offices de tourisme, Parcs, Fédérations, stations...

Contribution partenaire

Entre 500 € et 1 500 € HT

Participation financière de l'ART

15000 € HT

HÉBERGEMENT LOCATIF

Évaluer l'impact des plateformes entre particuliers

Suivi de l'offre, de la fréquentation et du chiffre d'affaires généré par les meublés commercialisés via les plateformes entre particuliers (Airbnb, Abritel...), en collaboration avec Liwango.

Types de partenaires attendus

ADT, Offices de tourisme, Parcs, stations...

Contribution partenaire

3 packs disponibles: 3 000 € HT (données département + ensemble des EPCI), 1 000 € HT (données département), 200 € HT (données OT/EPCI).

Participation financière de l'ART

28000 € HT

GROUPES D'ENFANTS

Suivre la performance des hébergements collectifs

Etude visant à mesurer et suivre l'offre, la fréquentation et l'impact économique (CA et emploi) des hébergements collectifs accueillant des groupes de mineurs, en collaboration avec le cabinet G2A.

Cibles de l'action

Centres de vacances, villages vacances, maisons familiales, CIS...

Types de partenaires attendus

ADT, Offices de tourisme, Parcs, Fédérations...

Contribution partenaire

Entre 500 € et 2000 € HT selon l'offre du territoire

Participation financière de l'ART

20000 € HT

INVESTISSEMENTS

Mesurer les montants investis dans le secteur touristique

Le niveau d'investissement est le meilleur baromètre de la santé économique d'un territoire. Cette étude permet de suivre les montants investis dans chaque secteur d'activité touristique (hôtellerie, meublés, sites de visite, thermalisme...). Des zooms sont possibles à des échelles locales sous réserve de faisabilité.

Types de partenaires attendus

ADT, Métropoles, Parcs...

Contribution partenaire

125 € HT par zonage

Participation financière de l'ART

2000€HT





Se former



NOTRE SÉLECTION

Développer la coopération dans ses pratiques professionnelles

Vers des collaborations collectives plus efficaces et plus sereines

Mobiliser les acteurs de sa destination autour d'un projet

Travailler main dans la main avec des acteurs de tous horizons pour mener à bien un projet

Retrouver le détail de l'offre sur www.trajectoires-tourisme.com

LES RÉSEAUX D'HÉBERGEURS

- LES SITES TOURISTIQUES
 EMBLÉMATIQUES
- TERRITOIRES RÉGION PLEINE
 NATURE TERRITOIRES RÉGION
 MONTAGNE 4 SAISONS LES PARCS NATURELS LES
 GRANDS ITINÉRAIRES
- **CENOTOURISME TERRITOIRES**VIGNOBLES ET DÉCOUVERTES
- **LES STATIONS THERMALES**

Collaborer et travailler ensemble

Accompagnement des professionnels et des territoires dans le cadre d'animations de réseaux que propose Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et pour lesquelles des plans d'actions spécifiques sont déclinés.

Les Réseaux ...~ d'hébergeurs

CONTACT • • •

Nathalie Vallier

≥ n.vallier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 32 71 59 54

LE CERCLE DES FINANCEURS

Le Cercle des financeurs est une plateforme de mise en relation entre le porteur de projet de l'investissement touristique et les différentes sources de financement possible (banques, aides sous forme de subventions, investisseurs, financements alternatifs, etc.), pour l'obtention de prêts, garanties, apport en capital, etc. Il permet également de bénéficier d'un accompagnement complet sur les questions liées au marketing, à la communication et à la mise en marché.

Cibles de l'action

Tout porteur de projet d'un investissement touristique.

Types de partenaires

Les banques et investisseurs

Budget minimum souhaité

Minimum 300 000 € d'investissement pour une présentation du projet au Cercle des Financeurs.

Pré-requis côté porteur de projet

- un projet finalisé,
- une étude de faisabilité,
- un business plan 3 et 5 ans.

Liste des actions prévues en 2023

4 éditions par an: février, juin, octobre, décembre 2023.

Actualisation du Guide du financement du porteur de projet d'investissement touristique.

LES RDV DE L'HÉBERGEMENT

Les RDV de l'hébergement touristique sont organisés sous forme de 5 webséminaires par an d'environ une heure avec questions/réponses traitant de sujets en lien avec l'actualité des hébergeurs. Tous les replays de nos RDV de l'hébergement sont disponibles sur le site pro.

Cibles de l'action

Tous les hébergeurs

Liste des actions prévues en 2023

5 RDV par an dont des sujets sur les nouvelles tendances de consommation, les chiffres clés pour les hébergeurs, l'intégration de l'offre hébergement sur Partir ici, les labels, etc.

LA RENCONTRE ANNUELLE

DE L'HÉBERGEMENT

En relation étroite avec les réseaux d'hébergeurs, l'ART réunit et anime des rencontres thématiques et met en œuvre un plan d'actions opérationnelles et co-construites, selon les différentes typologies d'hébergements concernés.

Cibles de l'action

La rencontre annuelle de l'hébergement réunit chaque année les Réseaux d'hébergeurs: Nattitude, Centres de vacances, FRHPA, Clé Vacances, les syndicats hôteliers, l'UNAT et leurs adhérents.

Types de partenaires attendus

Les réseaux hébergeurs et leur adhérents.

Exemple en 2022

La rencontre annuelle de l'hébergement a réuni près de 100 partenaires autour des questions liées au tourisme durable et responsable

Liste des actions prévues en 2023

- Réunion annuelle de l'hébergement en mars 2023
- Plan d'actions annuel mené en concertation avec les réseaux d'hébergeurs
- Transmission et **diffusion des informations** concernant les stratégies et actions menées par l'ART
- Fédérer et animer dans le cadre d'un calendrier défini, plusieurs rencontres: RDV de l'hébergement, journées thématiques, Salons et opérations BtoB.

PLAN D'ACTIONS CENTRES

DE VACANCES

Pour la 3ème année consécutive, l'ART met en œuvre un plan d'actions spécifiques de soutien à la filière Centres de vacances. Particulièrement éprouvé par les conséquences liées à la crise sanitaire et aujourd'hui très fragilisé par la crise économique et les hausses des énergies, le secteur des centres de vacances est encore plus déstabilisé. L'ART actant avec ses partenaires, que les centres de vacances sont indispensables à l'économie locale des territoires, des partenaires des professionnels des activités de plein air, des acteurs majeurs pour le renouvellement générationnel des clientèles, et des soutiens pour les dispositifs d'aide au départ en vacances, consolide et renforce son accompagnement.

Budget minimum souhaité

A négocier selon les opérations Prise en charge des frais d'accueils influenceurs

Liste des actions prévues en 2023

4 axes principaux:

- reconquérir les clientèles classes de découvertes et centres de vacances : actions de marketing direct et campagnes emailing
- Collaboration avec Jamy relayée par des campagnes d'influence,
- un salon BtoB,
- action de communication auprès des lycéens pour valoriser les diplomes BAFA et BAFD

les Sites Touristiques ...~ Emblématiques

Les Sites Touristiques Emblématiques 2022-2028 ont été sélectionnés sur dossier de candidature par la Région. Il s'agit de consacrer et mettre en réseau des sites touristiques au rayonnement régional et international, vecteurs d'attractivité et de retombées économiques pour le territoire régional.



Cibles de la mission

Les sites retenus dans le cadre du dispositif régional 2022-2028

Liste des actions prévues en 2023

Créer un véritable réseau entre les sites avec deux objectifs: permettre aux sites d'échanger entre eux sur des sujets communs pour lesquels des solutions mutualisées pourraient être envisagées et mettre en place des actions de communication renforcées et percutantes dont chacun pourra bénéficier.

Deux rencontres par an seront proposées avec des thématiques adaptées.

Un plan de communication dédié:

- La mise à jour d'une charte graphique et du logo par la Région pour permettre l'identification des sites du réseau
- La réalisation avec la Région et la diffusion d'une brochure globale avec l'ensemble des sites
- Campagnes digitales dédiées
- Actions presses spécifiques

Compléments d'information à retrouver dans les chapitres Qualification de l'offre / Production et Promotion/ Distribution

Territoires Région ... ~ Montagnes 4 Saisons Territoires Région Pleine Nature Parcs naturels

CONTACT
Caroline Chouvy

c.chouvy@auvergnerhoneapes-tourisme.com
0608857243

Dominique Bambier

d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com
0623038239

Guillaume Vadin

g.vadin@auvergnerhonealpes-tourisme;com

06 15 94 23 17

De plus l'ART intervient aux côtés de l'APARA pour l'animation du réseau des parcs naturels régionaux et a signé une convention avec les parcs nationaux du territoire.

La Région soutient les activités outdoor via plusieurs dispositifs. Deux s'adressent aux territoires: ils concernent les Territoires Région Pleine Nature et les Territoires Région Montagne 4 saisons. Ce sont des territoires de projet au sein desquels le développement touristique se fait principalement autour des sports et loisirs de nature. L'ART accompagne ces territoires.

Cibles de la mission

- Les Territoires Région Pleine Nature et les Territoires Région Montagne 4 saisons retenus dans le cadre du dispositif régional.
- Les Parcs naturels régionaux et les Parcs nationaux.
- Les agences départementales de tourisme.

Les principes d'actions

Participation aux actions de réseau, échanges de bonnes pratiques de la part des collectivités, des Parcs et des offices de tourisme compétents sur les territoires.

Exemples

- Journée d'échange TRPN, TRM4S, PNR, PN le 30 novembre 2021 Lyon
- Webinaire « Pitcher son offre outdoor en workshop » mars 2022.

Actions prévues en 2023

- Journée d'échange annuelle avec solutions concrètes développées
- Eductours entre territoires
- Accompagnement à la commercialisation
- Accès prioritaire aux actions de promotion (workshop type GreenFrance)
- Intégration aux actions de promotion univers Outdoor

Compléments d'information à retrouver dans les chapitres Qualification de l'offre / Production et Promotion/ Distribution

Grands ...~ ltinéraires

La Région soutient les activités outdoor via plusieurs dispositifs. Deux concernent particulièrement les Grands itinéraires: les véloroutes voies vertes prioritaires et les grands itinéraires de pleine nature. En 2023 un appel à projets spécifique concerne les chemins de St-Jacques de Compostelle traversant la région. L'ART anime les comités marketing de ViaRhôna et de la Via Allier.

CONTACT

T · · ·

Caroline Chouvy

- ✓ c.chouvy@auvergnerhoneapes-tourisme.com
- 0608857243

Dominique Bambier

- ✓ d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com
- 06 23 03 82 39

Guillaume Vadin

- 06 15 94 23 17

Cibles des missions

Les structures touristiques locales et départementales dont les territoires de compétence sont traversés par un grand itinéraire.

Les principes d'actions

Définition collective des plans d'actions pour ViaRhôna et Via Allier.

Elaboration d'un plan d'actions dédié et animation des acteurs autour des Chemins de St Jacques de Compostelle.

Contribution partenaire

Selon les règles de partenariat travaillées dans les comités marketing des itinéraires.

Exemples

Plans d'actions mutualisés de ViaRhôna, de la Via Allier, de la GTMC.

Les actions prévues en 2023

- ViaRhôna: poursuite du travail de notoriété en France et optimisation de la notoriété sur les marchés étrangers
- Via Allier: conforter la présence au national et attaquer la présence à l'international.
- Chemins de St-Jacques de

Compostelle: Appui à la mise en réseau des acteurs. Affirmer la position stratégique d'Auvergne-Rhône-Alpes dans le maillage français.

Compléments d'information à retrouver dans les chapitres Qualification de l'offre / Production et Promotion/ Distribution

CEnotourisme ... Territoires Vignobles et Découvertes

Le label Vignobles et Découvertes est national. Il est attribué par Atout France à la destination touristique proposant une offre de produits touristiques multiples et complémentaires.

12 territoires ont obtenu le label en Région.

L'ART et son partenaire le Comité Vins avec lequel une convention de partenariat est signée, animent et accompagnent ces territoires dans leur développement touristique.



Cibles de la mission

Les structures touristiques des 12 territoires labelisés Vignobles et Découvertes, Les syndicats viticoles, les prestataires labellisés.

Les principes d'actions

Participation aux actions de réseau, échange de bonnes pratiques, mise en place d'activités à l'occasion du Fascinant Week-end.

Exemples

- Journée de l'œnotourisme mai 2022
- Aide à la commercialisation des activités du Fascinant week-end via la Place de marché

Les actions prévues en 2023:

- Journée de l'œnotourisme
- Accueil des Trophées de l'oenotourisme
- Les 10 ans du Fascinant week-end
- Mise en place d'une formation dédiée et spécifique « animer son réseau ».
- Plan de promotion multi supports dédié
 Compléments d'information à retrouver dans les chapitres Qualification de l'offre /
 Production et Promotion/ Distribution

Les Stations ... ~~Thermales

Auvergne-Rhône-Alpes est riche de 24 stations thermales et 25 établissements thermaux. En nombre de curistes, leurs activités permettent de se classer 3ème région française.

Depuis plusieurs années la Région, l'ART et leurs partenaires visent à accompagner les établissements thermaux pour diversifier leurs offres et pour que les stations thermales se positionnent comme des lieux de séjours Santé et Bien-Être.



Cibles de la mission

Les établissements thermaux, les Offices de tourisme des stations thermales, les agences départementales de tourisme.

Principes d'actions

Participation aux actions de réseau, développement de produits différenciant et identitaires de la région.

Budget minimum souhaité

De multiples actions sont proposées avec des coûts associés distincts: coût de l'espace pour les salons grand public, participation aux frais d'accueil pour presse et influence, aux campagnes de commercialisations via les distributeurs

Pré-requis côté partenaires

Pouvoir commercialiser une offre online

Exemples

- Formations dédiées commercialisation et distribution des produits.
- Plan de promotion multi supports dédié (accueil d'influenceurs, de journalistes, campagnes RS, salon grand public). Voir chapitre Promotion-Distribution

Liste des actions prévues en 2023

- Plan de promotion avec diversification des supports pour marquer le positionnement « prévention santé ».
 Voir chapitre Promotion – Distribution
- Journée d'échange entre stations thermales.
- Aide à la commercialisation des produits mini cures prévention santé via dispositif dédié.





Se former



NOTRE SÉLECTION

Organiser un évènement responsable grâce à la certification AFNOR ISO 20121

Concevoir un évènement durable et préparer le dossier d'obtention de la norme

Être référent RSE au sein de sa structure

Organiser la mise en œuvre de la politique RSE et en assurer le pilotage Marque Tourisme & Handicap: formation des personnels d'accueil

Adapter son accueil et ses services en fonction des publics et de leurs besoins

Créer et animer des visites et ateliers pour les personnes en situation de handicap

Imaginer des médiations adaptées pour favoriser l'inclusion de tous les publics Retrouver le détail de l'offre sur

www. trajectoirestourisme.com

Adapter son activité au tourisme durable et responsable

Le tourisme durable et responsable repose sur 3 piliers: l'environnement, le lien social et l'économie locale. Faire évoluer son activité requiert de réfléchir aux trois axes tout en faisant des choix et d'adapter progressivement son offre. Différents labels nationaux permettent de s'engager et de s'appuyer sur des méthodologies facilitantes, sans oublier la formation, indispensable pour changer ses pratiques et prendre de la hauteur.

QUALITÉ DE VIE - VILLES ET VILLAGES FLEURIS

TOURISME ET HANDICAP

H+ DESTINATION TOURISME

QUALITÉ TOURISME

Villes et ... ~ Villages Fleuris

CONTACT • • •

Céline Coudouel

✓ c.coudouel@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 14 85 84 75

Axelle Rouchon

□ a.rouchon@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 12 89 91 45

Le label Villes et Villages Fleuris, par son orientation au service de la qualité de vie dans les communes, permet une prise en compte à la fois du respect de l'environnement dans sa végétalisation, des liens sociaux par les actions proposées au service des habitants, tout en assurant le développement de l'activité économique du territoire par l'embellissement et l'attractivité touristique.

Animation régionale du label

- 2 réunions plénières des membres du jury régional (printemps et novembre)
- 1 Rencontre annuelle des animateurs départementaux du label
- Relais régional en lien avec le Conseil national des Villes et Villages Fleuris.

Visites d'expertises 2023

Organisation des visites d'expertises 2023 des communes candidates ou en contrôle pour le label national Villes et Villages Fleuris. Prévisionnel de 110 communes à contrôler en 2023.



Les communes qui souhaitent candidater au label (1 Fleur ou niveau supérieur) devront déposer leur candidature auprès de leur référent départemental avant le 1^{er} avril 2023.

Pour mémoire

En 2022, 124 visites de communes ont été réalisées entre le 14 juin et le 15 septembre. 15 tournées sur les 12 départements de la région.

La Journée Régionale Cadre de Vie Villes et Villages Fleuris - Le 21 mars 2023

Journée régionale dédiée à la remise des prix pour les communes lauréates au Palmarès annuel 2022 pour le label Villes et Villages Fleuris.

Intervenants, apport de connaissances techniques et échanges en lien avec les thématiques du label.

Nouveauté en 2023: des visites terrains seront proposées au cours de cette journée.

Cibles de l'action

Toutes les communes d'Auvergne-Rhône-Alpes labellisées Villes et Villages Fleuris sont conviées ainsi que les partenaires du label en Région (CAUE, ADT, Conseils départementaux etc.).

Tourisme ...~ et Handicap

CONTACT • • •

Céline Coudouel

06 14 85 84 75

Axelle Rouchon

□ a.rouchon@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 12 89 91 45



■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Commissions de labellisation:

Animation des commissions régionales de labellisation pour la marque nationale Tourisme & Handicap. L'ART organise, selon le nombre de dossiers à examiner, entre 5 à 10 commissions /an. L'Agence apporte également un soutien aux évaluateurs bénévoles associatifs.

Animation régionale:

L'ART accompagne, en lien avec les référents départementaux, les professionnels pour l'obtention de la marque: visites de labellisation, aides techniques, apports d'expertises. L'ART est référent régional pour la marque auprès de l'État, d'ADN Tourisme et de l'association nationale Tourisme & Handicaps.

Valorisation des offres handi-bienveillantes (sites labellisés, offres d'hébergements inclusive, activités et loisirs pour tous etc.) par des dispositifs digitaux déclinés tout au long de l'année sur les différents supports de l'ART ou en partenariat avec des supports affinitaires (Blog, sites spécialisés, influenceurs etc.)

Cibles de l'action

Tous les professionnels (hébergeurs, sites de visites, offices de tourisme etc.) labellisés ou aui souhaitent obtenir la marque.

Partenaires (Offices de tourisme, parc, ADT, etc.) qui souhaitent valoriser leur offre handitourisme

Exemples

En 2021 : 74 demandes de marques étudiées Au 30 octobre 2022 : 49 dossiers étudiés.

Accueil du blogueur Roro le Costaud sur la thématique famille, sport et montagne en juillet 2022 à Evian Destination H+, qui a totalisé plus de 87000 vues sur Tik Tok, Instagram et Youtube.

Déploiement du dispositif ... — H + Destination Tourisme

CONTACT •••

Céline Coudouel

06 14 85 84 75

Axelle Rouchon

 ${\color{red} \, \boxtimes \,} a.rouchon@auvergnerhonealpes-tourisme.com$

06 12 89 91 45

Le volet 2 du Plan handicap voté en juillet 2020 par la Région lance la démarche H + destination tourisme. Son 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. Les territoires engagés bénéficient d'une valorisation de leurs actions dans le cadre de la communication d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et sont accompagnés par la Région pour améliorer leurs offres. En 2022, huit territoires se sont engagés: Aix-les-Bains, Chambéry, Clermont-Ferrand, Megève, Evian-les-Bains, Le-Puyen-Velay, Pralognan, Valence.

Cibles de l'action

Sont concernées les destinations touristiques à l'échelle d'un territoire (zone urbaine, stations de montagne, station thermale etc.) ayant une offre globale cohérente et conséquente à valoriser, en termes d'hébergements, de restauration et d'activités accessibles (Tout type de handicaps).



Types de partenaires attendus

L'engagement de nouvelles destinations dans le dispositif.

Pré-requis côté partenaires

Les éléments substantiels de la charte votés à la commission permanente de juin 2021 actent la mise en place d'un socle minimum d'actions à déployer par l'office de tourisme de la destination: référent désigné, acteurs touristiques investis, offre touristique référencée, diversifiée et mise à jour.

Liste des actions prévues en 2023

- Poursuite de l'accompagnement, de la valorisation et de la mise en réseau des destinations H
- Déploiement d'un kit de communication H + pour les destinations et leurs acteurs (identité visuelle, plaidoyer, guide de l'accueil etc.)
- Collaboration avec les destinations H + pour la réécriture des critères Handicap dans Apidae et la rédaction d'un nouveau guide de saisie.
- Valorisation de nouveaux partenaires H+ ayant une action handi-bienveillante dans le domaine du tourisme et des loisirs.

JOURNÉE RÉGIONALE «ENSEMBLE POUR UN TOURISME POUR TOUS »

Le tourisme et le voyage sont des outils très précieux pour le développement durable et inclusif d'une destination. La notion d'inclusion est vaste et doit prendre en compte la diversité, la pluralité, les nuances, les dégradés et se veut générateur de liens. Cette 1^{ère} rencontre régionale qui aura lieu le 29 mars 2023 réunira paroles d'experts et acteurs engagés.

Cibles de l'action

Professionnels du tourisme toutes filières acteurs du tourisme pour tous, social et solidaire.

Qualité ... ~ tourisme

CONTACT • • •

Céline Coudouel

c.coudouel@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 14 85 84 75

En lien avec le collectif Qualité régional constitué des Relais territoriaux des offices de tourisme de l'Isère, de la Savoie, de la Drôme et de la Haute-Savoie, l'ART assure une animation de démarche Qualité collective des offices de tourisme. L'objectif est d'accompagner les offices de tourisme dans le processus de labellisation et d'animer le suivi qualité en respect des engagements Qualité nationaux.

Cibles de l'action

Les Offices de tourisme marqués Qualité tourisme ou souhaitant s'engager.



Liste des actions prévues en 2023

- Suivi qualité et contacts réguliers
- Ateliers techniques sur des sujets d'actualités
- Suivi des audits en lien avec les cabinets d'audits, renseignement du portail Qualité et instruction pour passage en commission nationale
- Participation aux commissions qualité d'ADN Tourisme
- Journée régionale Qualité 2023 en lien avec les thématiques et actualités du référentiel qualité
- Formations Trajectoires Tourisme



MÉCÉNAT SUR SON TERRITOIRE AVEC
LE FONDS DE DOTATION ESSENTIEM

Engager des actions d'intérêt général

mécènat sur son territoire avec le fonds de dotation Essentiem



La découverte d'Essentiem: Essentiem.org

Accompagner un porteur de projet d'intérêt général en lui permettant de mobiliser les outils d'Essentiem, avec un hébergement de son action en mécénat au sein de notre fonds de dotation

Pré-requis côté Partenaires

Inscrire son projet dans une perspective de tourisme bienveillant, durable & responsable

En savoir plus sur le Tourisme Bienveillant, Durable & Responsable:

https://www.tourismebienveillant.org/

Cibles de l'action

Chaque porteur de projet ancré dans un territoire en Auvergne-Rhône-Alpes, voire au national, avec une capacité de conception de l'action à mener et de mobilisation de son écosystème (pour la collecte notamment). Le porteur de projet peut être une association, ou une entreprise, ou une collectivité locale (sous certaines conditions, notamment de ne pas remplir une mission d'ordre légale avec ces moyens en mécénat).

Ce projet se concrétise via la création d'un fonds dédié, c'est à dire un programme d'actions pour lesquelles Essentiem constitue une « boîte à outils ». Essentiem accompagne le porteur de projet avec sécurisation du parcours grâce à l'expertise financière, le volet défiscalisation, la garantie juridique, les solutions Com & Marketing ainsi que le réseau inspirant & partageur de bonnes pratiques.



Budget minimum souhaité

Collecter 25 K€ par an, avec appel à des dons d'entreprises (numéraires ou en nature) mais aussi possibilité de tester de nouvelles formes de générosité si l'action s'y prête (type dons numéraires de personnes, ou appel à l'arrondi solidaire, ...)

Budget global

Montant à définir par le porteur de projet, avec le souci d'être rationnel et prudent dans son estimation. Ce budget peut être collecté sur plusieurs années, ou être un budget-cible avec des actions qui se succèdent année après année (autour d'une thématique spécifique).

Participation financière Essentiem

Décision par la gouvernance du fonds en Conseil d'administration. Étude au cas par cas.

Autres conditions

Pas d'exigence autre que cette capacité à mobiliser, hormis les contraintes légales (inscrire son projet dans l'intérêt général, ne pas être en situation de conflit d'intérêt, etc.)

Actions en fonds dédiés déjà engagées

Les COULISSES DE L'IMAGE ANIMEE (association avec la Cartoucherie / Bourg les Valences), le fonds AIX LES BAINS-RIVIERA DES ALPES (l'OTI), le programme GENERATION MONTAGNE (avec Domaines Skiables de France), le fonds SOMME BATTLEFIELDS FOR PEACE (l'ADT de la Somme), etc.

Les actions prévues en 2023

Le lancement de nouveaux dispositifs tels que CHAMONIX MONT-BLANC (avec l'OTI), le programme OCC'YGENE (avec le CRTL Occitanie), etc.SOMME BATTLEFIELDS FOR PEACE (l'ADT de la Somme), etc.





Se former



NOTRE SÉLECTION

Produits et services touristiques: concevoir et tarifier son offre

Créer un produit ou service viable: la bonne idée au bon prix

Les clés du marketing stratégique et opérationnel dans le tourisme

Définir et déployer sa stratégie marketing et le plan d'actions qui en découle La culture Design dans ses projets touristiques et son organisation

Formation certifiante éligible CPF.

Penser client pour mieux le comprendre

Manager de l'Expérience Touristique

Formation certifiante éligible CPF.

Transformer ses méthodes de travail, ses offres et son organisation par l'expérience client

LES ACCOMPAGNEMENTS DU PÔLE PRODUCTION

LES UNIVERS MARKETING ET LES
THÉMATIQUES PRIORITAIRES

LA VALLÉE DE LA GASTRONOMIE

QUALIFIER SON OFFRE DANS APIDAE

Retrouver le détail de l'offre sur www.trajectoires-tourisme.com

Adapter son ... ~ offre au marché

Les accompagnements du Pôle Production



Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme oriente ses actions sous le prisme de trois univers marketing que sont l'outdoor - Le bien-être / L'art de Vivre et les sports d'hiver.

Le pôle production s'attache à accompagner les territoires pour produire des offres de séjours qualifiés, répondant aux attentes des clientèles, commercialisables via les distributeurs que sont les tours opérateurs ou encore les plateformes de vente en ligne. De même, il s'agit d'être au plus proche des agences réceptives de la région pour les aider à connaître l'ensemble de l'offre régionale.

L'univers des Sports d'hiver ne requiert pas les mêmes accompagnements car déjà très structuré. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme s'attache à générer de la valeur ajoutée grâce à des actions de stimulation des ventes notamment. Voir chapitre Promotion – Distribution

Partenaires concernées

Les Offices de tourisme, les ADT, les agences réceptives.

Budget minimum souhaité

Différentes participations sont demandées en fonction des actions.

Exemples

- Formation des territoires au « Design de l'offre »
- Création de tronçons « produits » sur la GTMC, la ViaRhôna
- Eductour Tour-operateurs oenotourisme

Liste des actions prévues en 2023

- Mission sur l'offre Outdoor/ vélo: création d'une gamme de produits sur des territoires accompagnée par le cabinet Kipik et Allibert Trekking. Techniques de production transmises aux territoires supports.
- Eductour TO spécialisés sur les univers thématiques Outdoor et Bien-être et Art de Vivre
- Travail avec les stations thermales sur la création de produits prévention santé
- Accompagnement à la commercialisation des activités oenotouristiques

LES UNIVERS MARKETING ET LES THÉMATIQUES PRIORITAIRES

L'Agence Régionale organise ses missions autour d'univers marketing principaux répondant aux attentes des clientèles. Dans ce cadre les actions portent sur un travail de qualification de l'offre, de design en lien avec les structures touristiques publiques et privées et sur la mise en place de plans de promotion dédiés vers les cibles affinitaires. Les leviers utilisés sont des stratégies de relations presse, des achats média, des campagnes digitales, de l'influence.

UNIVERS OUTDOOR -

PLEINE NATURE

Cet univers est traité sous différents angles qui sont le reflet des attentes des clientèles. En effet, les deux principales activités pratiquées par les touristes en séjour sont le vélo et la randonnée. La région Auvergne-Rhône-Alpes a la qualité de l'offre permettant de se positionner parmi les destinations leader. Le bien-être thermal complète cet univers qui fait référence au « prendre soin de soi ».

CONTACTS • • •

VIARHÔNA/ PROMOTION VÉLO/ OUTDOOR-ITINÉRANCES

Production et promotion

Caroline Chouvy

c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com
0608857243

VIA ALLIER/ OUTDOOR-ITINÉRANCES Production et digitalisation de l'offre

Dominique Bambier

✓ d.bambier@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 23 03 82 39

OUTDOOR -ITINÉRANCE / VÉLO Production, qualification de l'offre

Guillaume Vadin

06 15 94 23 17

BIEN-ÊTRE THERMAL

Lawrence Duval

≥ I.duval@auvergnerhonealpes-tourisme.com

0607655754

Vélo

L'ambition est de consolider notre position de leader sur les offres « pépites » tout en développant une offre et une image plus accessible et moins sportive.

Rando

Auvergne-Rhône-Alpes sur l'ensemble de son périmètre est clairement identifié par les clientèles pour la pratique de cette activité et notamment sur des séjours montagne été. Il s'agit de conforter ce positionnement et plus particulièrement sur les chemins de St Jacques de Compostelle, offre phare de la région.

ViaRhôna

L'eurovélo 17 est bien identifié au niveau national par les clientèles de tourisme à vélo. Avec la commission marketing les enjeux sont de développer les ventes sur le marché France et accroitre sa notoriété sur les marchés européens et lointains.

ViaAllier

Après un travail sur le marché régional, l'ambition est de développer la notoriété de l'itinéraire sur le marché domestique.

Parcs naturels régionaux et Parcs nationaux

À travers des plans d'actions dédiés deux messages principaux sont portés: la sensibilisation à la protection des espaces et l'attrait de séjours au sein d'espaces naturels protégés.

Bien-être thermal

Achats médias, campagnes digitales, actions de stimulation des ventes sont prévus afin de booster les réservations de séjours santé issus de la diversification des activités des établissements thermaux.

UNIVERS ART DE VIVRE

Cet univers répond aux clients épicuriens qui souhaitent vivre des séjours à travers le prisme de la découverte culturelle et gastronomique. Sur le volet cenotourisme le travail se fait en partenariat avec le Comité vins sur les 12 territoires labellisés Vignobles et Découvertes de la région. Cet univers est largement porté dans le cadre de la Vallée de la Gastronomie©.

CONTACTS • • •

TOURISME GOURMAND/ OENOTOURISME

Isabelle Faure

- i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com

 i.faure@auvergnerhonealpes-tourism
- 0608857239

SITES TOURISTIQUES EMBLÉMATIQUES

Sylvaine Vallini

- 06 48 20 18 31

Tourisme gourmand - cenotourisme

Promouvoir les dimensions touristiques autour des produits iconiques de la région : visites de cave, découverte du métier de la vigne, visites de domaines, route des fromages, rencontre avec les producteurs sur une cible CSP +, 25-55 ans, hédonistes.

Sites Touristiques Emblématiques

Selon les priorités et marchés cibles des sites retenus, les enjeux sont de développer le nombre de visiteurs dans les sites et de promouvoir une image active de l'ensemble de la région à travers la visibilité du réseau.

CONTACTS • • •

TOURISME DE SAVOIR-FAIRE

Alexis Bosson

- alexis.bosson@entrepriseetdecouverte.fr
- 0647944696

Tourisme de savoir-faire

Le tourisme de savoir-faire assure la mise en valeur des visites touristiques des entreprises. Ces visites permettent la valorisation des savoir-faire, argument majeur dans la réalité de l'authenticité de nos terroirs. Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme se fait le relais des visites d'entreprises dans ses communications digitales ou print et notamment dans le cadre de deux projets: Partir Ici et la Vallée de la Gastronomie. Entreprise et Découverte Auvergne-Rhône-Alpes, en partenariat avec l'Agence, assure l'identification des entreprises concernées et mettra en œuvre un plan de professionnalisation et de promotion à partir de 2023.

Le Tourisme d'Affaires

Une stratégie d'actions à l'échelle régionale est en cours de validation.

Les principales actions :

- l'observation
- la communication en ligne
- la promotion France et Europe

La Vallée de la ...~ Gastronomie



Auvergne-Rhône- Alpes et Bourgogne-Franche-Comté ainsi que deux départements, Bouches du Rhône et Gard, unissent leurs forces et leurs atouts pour promouvoir cette grande destination touristique dédiée à la gastronomie et à la découverte des vins et des produits du terroir: la Vallée de la Gastronomie - France®.

Cibles

France et poursuite du déploiement à l'international avec des opérations de lancement par pays suivies d'actions digitales, en Europe et en Amérique.

Isabelle Faure, oenotourisme

≥ i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 08 85 72 39

Design / Production offre

Accompagnement des acteurs et identification d'offres qualifiées et pertinentes au regard des attentes des clientèles, en partenariat et collaboration avec les offices de tourisme et les réseaux, depuis Apidae jusqu'au site internet: valleedelagastronomie.com

PROMOTION / DISTRIBUTION

Actions marketing digital

Les 3 actions digitales principales sur la Vallée de la Gastronomie

- Animation du compte Instagram dédié: promotion de la destination à travers des posts pédagogiques ou sur les offres, jeux concours, mise en avant des territoires.
- Mise en œuvre de campagnes digitales sur Facebook: thématiques diversifiées et ciblage personnalisé
- Organisation d'accueils influenceurs

CONTACTS • • • • INSTAGRAM:

Amélie Debard

■ a.debard@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 18 48 04 27

ACCUEILS D'INFLUENCEURS

Alexandre Jacques

□ a.jacques@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 26 07 80 89

Opérations de lancement / campagnes / Relations presse

Voir Chapitre Promotion – Distribution / Multimarchés

Les supports de communication

- Un portail web unique: le site www.valleedelagastronomie.com est disponible en français et en anglais. De nombreuses évolutions ergonomiques ont vu le jour en 2022 pour faciliter le parcours client et la mise en valeur de la destination.
- Le document-carte Vallée de la Gastronomie. Edition bilingue. Disponible sur demande en nombre.

QUALIFIER SON OFFRE DANS APIDAE





Apidae est la base de données touristiques qui alimente la plupart de nos projets web. C'est à partir des éléments saisis dans la base que nous récupérons les descriptifs des offres, les photos... De plus des requêtes sur des critères bien précis sont réalisés régulièrement pour alimenter plusieurs projets web. Le meilleur exemple est la webapp « Partir Ici ».

Pour toutes ces raisons il est essentiel que l'offre soit saisie, qu'une homogénéité se fasse dans la compréhension des critères, que les descriptifs soient pensés pour une diffusion web...

Cibles de l'action

- L'ensemble des structures qui saisissent de l'offre dans Apidae.
- Les animateurs Apidae.

Exemples

- Guide de saisie ViaRhôna, Via Allier, GTMC
- Guide de saisie données oenotouristiques
- Guide de saisie handicap
- Création d'un critère Nouveautés Presse partagé par tout le réseau

- Réalisation d'un audit de l'offre vélo sur l'ensemble de la région
- Développement technique d'une passerelle entre Apidae et Geotrek

Liste des actions prévues en 2023

- Mise à disposition de tous les territoires (départements et offices de tourisme) d'un tableau de bord de suivi qualité de la donnée
- A partir des résultats de l'audit, identifier et partager les bonnes pratiques de saisie.
- Permettre les échanges entre Apidae et Geotrek.

LES PROJETS AUVERGNE-RHÔNE-ALPES TOURISME ALIMENTÉS PAR APIDAE

- <u>auvergnerhonealpes-tourisme.com</u>
- inauvergnerhonealpes-tourisme.com

(avec également le questionnaire des agences réceptives)

- viarhona.com
- via-allier.com
- valleedelagastronomie.com
- Le Sales Manual Vallée de la

Gastronomie

- <u>partir-ici.fr</u> (avec le questionnaire d'auto diagnostique)
- Le dispositif d'e-mailing de l'Agence



Se former



NOTRE SÉLECTION

L'art de prospecter et de vendre

Améliorer ses techniques de prospection et négociation pour étendre son portefeuille

Des formations sur les réseaux sociaux

Pinterest, Instagram, Tik Tok

Optimiser ses relations

Presse

Affiner et affûter ses outils de communication avec la presse

Développer sa communauté de micro-blogueurs et influenceurs

Développer ses relations avec les bloqueurs et réussir un accueil influenceur

Digitaliser son offre avec la Place de Marché

Promouvoir son offre et sa notoriété et stimuler la demande



AU NIVEAU RÉGIONAL

- PARTIR ICI



FRANCE



INTERNATIONAL

Retrouver le détail de l'offre sur www.trajectoires-tourisme.com

Digitaliser son offre ...~ avec la Place de Marché



DÉVELOPPEMENT ET ANIMATION DU RÉSEAU

La Place de marché est au service de la stratégie de commercialisation et de digitalisation de l'offre touristique d'un territoire. Elle crée du lien entre les prestataires touristiques et professionnels du tourisme. L'ambition et l'objectif majeur du réseau est d'accompagner les prestataires touristiques à améliorer leur visibilité sur le web et maîtriser leur commercialisation pour une meilleure gestion de leur entreprise.

Pour 2023 le souhait commun est de consolider le réseau, recruter de nouveaux membres, améliorer la solution technique et accroître les connaissances de l'éco système Place de marché des utilisateurs.

Cibles de l'action

Tous les prestataires touristiques, en s'appuyant sur une collaboration forte et étroite avec les départements et les offices de tourisme.

Liste des actions prévues en 2023

- 4 réunions référents régionaux.
- Une Rencontre Annuelle des Partenaires de la Place de Marché ouverte à tous sera organisée le 24 avril 2023.
- Des réunions avec les socio professionnels peuvent être organisées à la demande des territoires.
- Printemps et automne: deux sessions de 15 ateliers techniques chacune seront proposées sur les différents sujets en relation avec l'outil de réservation: nouveautés adhoc, passerelles existantes et leur évolution.

PROMOTION DE LA PLACE DE MARCHÉ

À la suite de la crise sanitaire, la digitalisation de l'offre est devenue un enjeu majeur. Promouvoir et valoriser la Place de Marché auprès de l'ensemble des professionnels et des territoires régionaux est notre objectif constant.

Afin d'étendre la couverture de la Place de Marché et sensibiliser les prestaires nous avons mis en place un plan de communication: vidéos, envoi des lettres d'information, rédaction d'articles sur le site pro.

Actions prévues en 2023

- **Production** de 4 vidéos dynamiques (paroles d'acteurs et paroles des pros).
- Donner la parole aux acteurs et la possibilité de communiquer sur le site pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com
- Développement de la page Facebook des Référents Place de Marché France pour partager réussites et problématiques.

- Envoi de 4 Lettres techniques Place de Marché (actualité, veille, info sur l'évolution de la solution technique, interview, etc)
- Formations spécifiques par Trajectoires Tourisme.
- 4 réunions référents régionaux des départements et des offices de tourisme
- Des rencontres thématiques avec les socio professionnels peuvent être organisées à la demande des territoires.

PROJETS PORTEURS

L'ART, en concertation avec les référents techniques, développe de nouveaux outils dont l'objectif est de fluidifier la transmission d'information entre les différents canaux de vente, permettre la collecte de la data et le développement du tourisme inclusif.

Cibles de l'action

Les territoires équipés en solution de la Place de Marché.

Types de partenaires attendus

Les référents CDT et les OT

Trois grands projets en 2023

• **Datavision:** se donner la possibilité de récolter et analyser de la data client par territoire et segment d'activité. Fournir un Tableau de bord individuel de suivi de la performance de chaque Place de marché pour mieux évaluer les performances, pour mieux interpréter les tendances des partenaires, et mieux s'évaluer en comparaison avec d'autres territoires similaires.

• Passerelle Apidae- Alliance Réseaux: conforter l'échange d'information entre les deux systèmes pour une meilleure information client.

• Tourisme & Handicap: valoriser et faciliter l'accès à l'offre touristique inclusive et pour les publics à besoins spécifiques

Promouvoir son offre ... ~ et stimuler la demande

AU NIVEAU RÉGIONAL



Action « totem » pour concrétiser notre engagement pour un tourisme bienveillant, le guide en ligne collaboratif partir-ici.fr contribue au développement d'un tourisme respectueux des enjeux environnementaux, valorisant les économies locales et créant du lien entre les habitants et les visiteurs de la région.

Dispositif prioritaire dans la stratégie d'Auvergne Rhône Alpes Tourisme, le plan de communication digital est conséquent. Grâce à nos campagnes Facebook et avec des partenariats web/media (LeBonCoin, Météo France, Brut, Spotify etc.), tous les territoires et vos offres bénéficient d'une forte visibilité.



VALORISER VOS OFFRES

Visibilité de votre offre sur Partir Ici, le guide régional pour mieux voyager près de chez soi .

Cibles de l'action

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Socio-professionnels

Pré-requis côté partenaires

L'activité doit répondre à au moins 3 des 4 critères suivants et valider l'autodiagnostic:

- Être une offre originale et singulière
- Être hors des senties battus
- Valoriser le patrimoine naturel et/culturel
- Favoriser les échanges avec les acteurs locaux

Avoir une fiche complète et qualitative pour séduire le visiteur: compléter son portrait et sa bonne pratique durable et avoir des photos de l'activité attractives (à minima pour la photo principale)

Offres

Plus de 5 000 offres ont rejoint le dispositif.

Actions prévues en 2023

Valorisation des offres les plus originales, singulières et durables dans des articles rédigés par la Team Partir Ici et sur nos réseaux sociaux.

RÉDACTION D'ARTICLES

Rédaction d'articles par thématique ou par territoire partagés chaque semaine auprès de nos communautés sur Facebook. Objectif? Inspirer les habitants de la région en leur donnant notamment des idées pour leurs prochains week-ends.

Partenaires attendus

• Destinations (offices de tourisme, agences départementales)

Pré-requis côté partenaires

- Visuels de qualité
- Au moins 6 offres pertinentes sur Partir Ici

Exemple

Article dédié aux Combrailles https://partir-ici.fr/fr/b/escapade-bien-etre-et-nature-a-chateauneuf-les-bains

ORGANISER UN ÉVÉNEMENT ÉCLAIREURS

Habitants passionnés par leur région, la communauté des éclaireurs Partir Ici (microinfluenceurs ou Greeters) partage ses expériences de voyage sur Partir Ici et ses réseaux sociaux.

Nous vous encourageons à valoriser votre territoire par le biais des éclaireurs.

Cibles de l'action

Eclaireurs et in fine, le grand public

Types de partenaires attendus

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Socio-professionnels

Contribution d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Participation en fonction du nombre d'éclaireurs présents. Participation maximale de 250 €/événement.

Pré-requis côté partenaires

Durant l'événement, des offres Partir lci doivent être testées

La communauté des éclaireurs Partir ici doit être mentionnée dans les publications sur les réseaux sociaux et actions presse.

Exemple

Découvrez les événements de l'été 2022 sur pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/ partir-ici/

PROPOSER DES OFFRES SPÉCIALES ÉCLAIREURS

Pour valoriser votre offre sur Partir Ici, quoi de mieux que des retours d'expérience partagés par les éclaireurs ?
Pour inciter les éclaireurs à tester vos activités, nous avons créé un Catalogue d'offres spéciales exclusives s'adressant aux éclaireurs les plus impliqués dans l'aventure Partir Ici. Pour confirmer son identité, l'éclaireur devra se présenter avec sa carte nominative. Le QR Code au dos de la carte vous attestera de son statut.

Types de partenaires attendus

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Socio-professionnels

Contribution partenaire

Offre libre: de -10% à un accès gratuit, dotations (apéritifs offerts, etc...)

Pré-requis côté partenaires

L'offre testée doit être présente sur Partir Ici.

Offres

Voir le catalogue des Offres Spéciales Eclaireurs sur Partir-ici.fr

INVITER DES ÉCLAIREURS POUR VALORISER VOTRE OFFRE

Pour accroître la visibilité de vos offres, nous vous encourageons à inviter les éclaireurs à tester votre activité en échange d'une visibilité sur leurs réseaux et leurs blogs. L'agence régionale vous met en relation.

Types de partenaires attendus

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Socio-professionnels

Pré-requis côté partenaires

L'offre testée doit être présente sur Partir Ici

Promouvoir son offre ... et sa notoriété et stimuler la demande

AU NIVEAU FRANCE

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme décline une palette d'actions destinée à la clientèle française. Notoriété, trafic vers les sites partenaires, stimulation des ventes... Prioritairement dans le cadre d'actions de Marketing digital s'agissant d'actions BtoC et ont les résultats sont notables et mesurables. L'ensemble des actions présenté s'organise dans le cadre des univers marketings et projets pilotés à l'échelle régionale: l'Outdoor avec le vélo, les itinérances ViaRhôna, Via Allier, Saint Jacques de Compostelle, le bien-être thermal, l'Art de vivre avec le tourisme gourmand et l'œnotourisme, la Vallée de la Gastronomie et le tourisme urbain. Des actions sont également déclinées dans le cadre des partenariats avec les Parcs Naturels, le Comité Vins, les Territoires régionaux de Pleine Nature et Montagne 4 Saisons, les Sites Touristiques Emblématiques.

ACCROÎTRE VOTRE VISIBILITÉ AUPRÈS DE NOS COMMUNAUTÉS ENGAGÉES

PAGE FACEBOOK AUVERGNE RHÔNE-ALPES



- Page Facebook valorisant des actualités, des activités et des idées week-end en lien avec nos thématiques phares
- Près de 900000 abonnés
- 4 posts par semaine

COMPTE INSTAGRAM AUVERGNE-RHÔNE -ALPES



- @auvergnerhonealpes.tourisme : une expérience différenciante, inspirée, créative et esthétique... Avec une approche éditoriale « magazine », les publications du compte sont rythmées par des séquences thématiques annoncées en story et d'une durée de 3 semaines environ. Le positionnement du compte Instagram fait la part belle aux destinations « nature » et à l'univers outdoor et lui donne un ton artistique grâce à une recherche iconographique de qualité.
- Plus de 180000 abonnés
- 5 posts par semaine

COMPTE TIKTOK AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



a.debard@auvergnerhonealpes-tourisme.com
 □ 06 18 48 04 27

- Compte TikTok visant à faire la promotion de la région comme destination touristique sur une cible plus jeune (15-25 ans) et à sensibiliser les jeunes locaux sur les activités/ destinations à visiter près de chez eux (vidéos bons plans, idées weekend, etc)
- Plus de 20000 abonnés et 2 millions de vues
- 3 posts par semaine

PAGE FACEBOOK ET COMPTE INSTAGRAM AUVERGNE

CONTACT

Ghislaine Borie

g.borie@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 22 41 63 49

- Réseaux consacrés aux départements de l'Allier, du Puy-de-Dôme, du Cantal et de la Haute-Loire. La pleine nature, le patrimoine et la gastronomie sont au cœur des prises de parole et s'appuient régulièrement sur des expériences à vivre sur une journée ou un week-end, dans l'esprit de partir-ici.fr. Une production iconographique régulière, photo et vidéo, permet d'illustrer les publications.
- Plus de 600 000 abonnés (Instagram et Facebook cumulés)
- 4 posts par semaine sur Facebook et 2 à 3 sur Instagram

COMMUNITY MANAGEMENT

« OFFRES SPÉCIALES FANS »

CONTACT •••

Anne-Sophie Robin

As.robin@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 23 03 51 29

Sur la page Facebook Auvergne-Rhône Alpes, nous mettons en avant chaque mois une offre exclusive créée pour nos fans Facebook. Cela permet d'augmenter la notoriété de l'offre choisie et de créer du trafic vers le site choisi. Les offres spéciales fans bénéficient également d'un boost pour toucher davantage de fans. L'offre mise en avant doit être en phase avec nos univers prioritaires & notre ligne éditoriale tout en veillant à l'équilibre des territoires représentés.

Cible de l'action

Grand public

Types de partenaires attendus

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Réseaux de professionnels autour d'un thème (activité sportive, hébergement, etc...)
- Socio-professionnels

Contribution attendue côté partenaire

Dotations (exemple: tarif privilégié)

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Préparation de contenu, mise en ligne, modération et boost Facebook à hauteur de 200 €.

Exemples

« Réservez en ligne & recevez en cadeau un stop-bulles lors de votre visite https://bit.ly/Offre Cave Jaillancelien Post Facebook »

SÉRIE DE 5 POSTS

CONTACT • • •

Anne-Sophie Robin

 ${\color{red} \,\,}{\color{blue} \,}{\color{blue} \,}{\color{blue}$

06 23 03 51 29

Sur la page Facebook Auvergne Rhône Alpes Tourisme, nous co-construisons avec le partenaire une série de publications, en accord avec la ligne éditoriale de la page. Pour donner plus de visibilité au post, nous avons la possibilité de booster la publication sur Facebook et Instagram en simultané. L'offre mise en avant doit être en phase avec nos univers prioritaires & notre ligne éditoriale tout en veillant à l'équilibre des territoires représentés.

Cible de l'action

Grand public

Types de partenaires attendus

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Réseaux de professionnels autour d'un thème (activité sportive, hébergement, etc ...)

Budget minimum souhaité

250 € par post et minimum 5 posts à répartir tout au long de l'année soit 1 000 €

Contribution d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Préparation de contenu, mise en ligne, modération et boost Facebook à hauteur de 250 €.

Autre condition

5 partenariats au total dans l'année.

Pré-requis côté partenaires

- Connaître la cible (périmètre géographique, intérêts)
- Photos ou vidéos

SÉQUENCE ÉDITORIALE AUTOUR D'UN THÈME SUR INSTAGRAM

CONTACT • • • • • Sébastien Martin

s.martin@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 22 41 87 12

Le compte @auvergnerhonealpes.tourisme est rythmé par des séquences thématiques d'une durée de 3 semaines environ.
Possibilité de mettre en place une séquence dédiée au partenaire en respectant la ligne éditoriale du compte. La thématique est annoncée par une story Instagram dédiée qui reste épinglée sur le compte.

Cible de l'action

Communauté Instagram (grand public)

Types de partenaires attendus

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Equipementiers locaux, réseaux de professionnels autour d'un thème (activité sportive, hébergement, etc ...).

Budget minimum souhaité 2000 €

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Préparation de contenu, mise en ligne, modération et boost jusqu'à 3 000 €.

Pré-requis côté partenaires

- Disposer d'un compte Instagram
- Fournir des contenus (photos / vidéo) en lien avec la charte graphique du compte ou être en capacité d'orienter et accompagner Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme pour d'éventuels achats complémentaires (contenus existants ou à produire)
- Livraison des contenus 3 semaines avant la date de diffusion

Exemple

Séquence « VANOISE »

JEU-CONCOURS INSTAGRAM



06 22 41 87 12

Mise en place d'une stratégie de jeu pour bénéficier d'une visibilité sur Instagram et auprès de la communauté du compte @ auvergnerhonealpes.tourisme

Le jeu doit être en phase avec nos univers prioritaires & notre ligne éditoriale tout en veillant à l'équilibre des territoires représentés.

Cible de l'action

Communauté Instagram

Types de partenaires attendus

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Equipementiers locaux, réseaux de professionnels autour d'un thème (activité sportive, hébergement, etc...).

Contribution du partenaire

Dotation d'un montant de 2000 € minimum

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes-Tourisme

Jusqu'à 3 000 € (promotion et achat de contenus).

Pré-requis côté partenaires

- Disposer d'un compte Instagram
- Livraison des contenus 3 semaines avant la date de diffusion
- Mettre des contenus (photos / vidéo) à disposition

Exemples

- Jeu Greengo
- Jeu Forclaz

CAMPAGNES DIGITALES MUTUALISÉES

FACEBOOK & PROGRAMMATIQUE

CONTACT • Maxime Parraud

m.parraud@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 22 41 64 50

Nous vous invitons à participer aux campagnes que nous prévoyons pour leur donner encore plus d'impact et capitaliser dessus. Nous orchestrons des campagnes de notoriété ou de trafic sur les dispositifs Google Display et Facebook. Ces campagnes sont définies dans notre plan d'action et mettent en avant nos univers prioritaires. Nous vous proposons de mutualiser nos moyens pour avoir encore plus de résultats.

Cible de l'action

Grand public

Ciblage sur mesure à définir (nombreuses possibilités grâce aux outils Data de Google)

Types de partenaires attendus

- Destinations (offices de tourisme, agences départementales)
- Equipementiers locaux, réseaux de professionnels autour d'un thème (activité sportive, hébergement, etc...), etc.

Budget minimum souhaité

De 3 000 € à 5 000 € selon l'échelon visé (régional, national)

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

50 % à 100 % selon la période

Autres conditions

- Validation avec les équipes production
- Auvergne Rhône Alpes: Regroupement de 3 destinations minimum pour ne pas créer de déséquilibre sur le territoire: il incombe au partenaire de trouver des co-partenaires.
- Un dispositif dans l'année par regroupement de partenaires et par partenaire

Pré-requis côté partenaires

- Disposer d'un site Internet sur lequel renverront les bannières
- Fournir les éléments de qualité pour la réalisation des messages publicitaires (texte, photos, vidéo), des bannières
- Mise en place d'un tracking (Analytics ou Matomo)

Liste des actions prévues en 2023

4 par an maximum et en phase avec nos thématiques prioritaires.

DISTRIBUTEURS ET OTA





 $\textcolor{red}{\blacktriangleright} b. prieto-lavault@auvergnerhonealpes-tourisme.$

06 13 83 94 25

Faire connaître, susciter l'envie, générer des réservations, déclencher des séjours et stimuler les ventes au profit des hébergeurs et de la destination en déployant des dispositifs digitaux tournés notoriété et conversion. Ces campagnes omnicanales (programmatique, SEA, réseaux sociaux, partenariats TO et OTA) permettent d'attirer des cibles affinitaires sur un site partenaire de réservation d'hébergement, transport et/ou d'activités avec un objectif transactionnel. Dans une logique de co-construction et et de co-financement avec plusieurs partenaires institutionnels et de partenaires privés (TO, OTA, OTO), les campagnes sont construites au travers d'un plan de notoriété/considération et de conversion identifiant les solutions et véhicules pertinents (exemple: Expedia, Abritel, Booking.com, Lokapi, LeBonCoin etc...) afin de générer des réservations de séjours sur un territoire donné.

Cibles de l'action

DINKS, Millenials, Familles, Séniors en fonction de l'opération retenue

Types de partenaires attendus ADT, CDT, OT, fédérations, TO, DMO, DMC, OTA

Budget minimum global A partir de 10000€

Budget par partenaire

Contribution à partir de 5000 €

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Variable

Autres Conditions

Logique de co-construction nécessitant une contribution et un investissement de production, temps homme en plus de la participation financière.

Pré-requis côté partenaires

Appétence pour la distribution en ligne, présence d'un stock d'offres suffisant sur la destination.

Actions prévues en 2023

- Campagnes printemps/été (Expedia, Veepee, VoyagePrivé, Abritel, Hotels.com, Cdiscount Voyages, Weekendesk, Staycation) Objectifs: 5M d'impressions, 2M d'€ de CA
- Campagne « City-Break » (Expedia, Hotels.com, Abritel)

Objectifs: 50M d'impressions, 3M d'€ de CA

Campagne Gîtes de France

Objectifs: 5M d'impressions

Campagne HPA

Objectifs: 20M d'impressions

Campagnes Vallée de la
 Gastronomie (Weekendesk, Staycation,

Veepee)

Objectifs: 5M d'impressions

Campagnes Montagne Hiver

(Veepee, Voyage Privé, Sunweb, Expedia, Abritel, Hotels. com, Le Bon Coin, TravelSki, Influence. Réseaux Sociaux)

Objectifs: 100M d'impressions, 10M d'€

de CA

ACCUEILS MUTUALISÉS D'INFLUENCEURS



Accueil d'un ou plusieurs influenceurs sur un territoire dans le but de mettre en avant une thématique prioritaire

Cibles de l'action

Grand public

Types de partenaires attendus

Tout partenaire

Contributions des partenaires et d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

A définir car tout est sur mesure Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme met à disposition son expertise dans l'organisation d'accueils et son réseau d'influenceurs.

Pré-requis côté partenaires

- Être en adéquation avec nos thématiques prioritaires
- · Validation avec les équipes production

Exemples

- Best Jobers
- Jamy: (Epicurieux)
- Doctor Good
- McFly & Carlito

Exemples d'actions prévues en 2023

Grand projet avec Jamy / Epicurieux pour la valorisation des classes découvertes et colonies de vacances sur l'année 2023

COMMUNICATION MÉDIA PRINT



Mutualisation d'achat de publi-rédactionnels dans des supports nationaux pour communication sur nos axes stratégiques prioritaires: Itinérance, vélo, Bien-être thermal, tourisme gourmand et cenotourisme. La mutualisation permet de négocier fortement le coût par page.

Cibles de l'action

BtoC

Types de partenaires attendus

Partenariats offices de tourisme, agences départementales, sites touristiques

Contribution partenaire

Minimum 2500€

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Achat d'une à deux pages par l'Agence en fonction du support choisi.

Pré-requis côté partenaires

Adéquation de l'offre avec les sujets traités

Exemples

Publirédactionnels dans Femme Actuelle / Le Figaro Magazine / Le Routard

LES RELATIONS PRESSE FRANCE

CONTACTS • • •



c.boulegue@auvergnerhonealpes-tourisme.com

0661272745

Vanessa Michy

v.michy@auvergnerhonealpes-tourisme.com

0661272748

Les accueils de presse

Voyages de presse groupe ou individuel organisés pour la mise en valeur des axes prioritaires de la stratégie d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme: le vélo, l'itinérance notamment ViaRhôna et Via Allier, Saint Jacques de Compostelle, le bien-être thermal, la culture, le tourisme urbain, le tourisme gourmand et oenotourisme, la Vallée de la Gastronomie.

Cibles de l'action

Journalistes presse française, supports nationaux de grande notoriété ou supports spécialisés.

Types de partenaires attendus

Partenariats offices de tourisme, CDT

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Prise en charge de 50 % de l'hébergement et des coûts de transport.

Autres Conditions

Les partenaires prennent en charge 50 % de l'hébergement, les repas et les visites et peuvent aussi véhiculer le journaliste sur leur territoire pour créer du lien.

Pré-requis côté partenaires

Adéquation de l'offre avec les sujets traités

Exemples

Voyages de presse Vallée de la Gastronomie, Petites cités de caractère, Plus beaux villages de France, Unesco, Vélo ...

SÉLECTION DES NOUVEAUTÉS PRESSE 2023 AVEC APIDAE

Depuis cette année Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme extrait d'Apidae les contenus Nouveautés pour la réalisation du cahier des Nouveautés diffusé à la presse.

Au moyen d'un critère dédié Nouveautés 2023, partagé avec tous les membres du réseau dans Apidae.

Objectif: identifier plus facilement et sans sollicitations multiples les grandes nouveautés de l'année à venir.

Il s'agit des offres nouvelles importantes et intéressante pour la presse nationale et internationale.

Promouvoir son offre ... et stimuler la demande

INTERNATIONAL

La reprise d'activités est nette sur les marchés étrangers et Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme déploie sa présence en Europe vers trois cibles: les prescripteurs, le grand public et la presse, et sur les marchés suivants: Grande Bretagne, Allemagne, Pays Bas, Belgique et Suisse. Les actions sont destinées à la promotion de l'Outdoor, l'itinérance (ViaRhôna) et l'Art de Vivre associant: la Culture au sens large, le tourisme urbain, le tourisme gourmand et l'œnotourisme au travers de la Vallée de la Gastronomie. Des actions sont également destinées à la stimulation des ventes des hébergements. Côté longs courriers, après les repositionnements dus à l'actualité mondiale, l'Agence se concentre en Asie, Proche et Moyen-Orient et sur le continent américain USA/Canada et Brésil pour organiser des actions BtoB et presse assurant la visibilité de nos grands musts attendus sur ces marchés et en présence des partenaires.

CONTACTS • • •

Irène Tronchet

BELGIQUE, PAYS-BAS, ALLEMAGNE, SUISSE

i.tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

i.tronchet@auvergne

0679 1432 12

Anissa Guenfoud

ROYAUME-UNI, SCANDINAVIE, ITALIE, ESPAGNE

□ a.guenfoud@auvergnerhonealpes-tourisme.com

0671522208

Corinne Renard

ETATS-UNIS, CANADA, BRÉSIL, ISRAËL

✓ c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com

07 86 51 83 75

Rachel Grégoris

JAPON, CHINE, CORÉE, RUSSIE, PROCHE ET MOYEN-ORIENT

x.gregoris@auvergnerhonealpes-tourisme.com

0687719041

Barbara Prieto-Lavault

MULTIMARCHÉS ET DISPOSITIFS DIGITAUX

≥ b.prieto-lavault@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 13 83 94 25

Barbara Brehert

MULTIMARCHÉS ET INDE

≥ b.breheret@auvergnerhonealpes-tourisme.com

06 11 22 81 63

BTOC - NOTORIÉTÉ ET

STIMULATION DES VENTES - DISPOSITIFS DIGITAUX

Faire connaître et valoriser un territoire, soutenir la visibilité ou ancrer durablement une destination auprès de marchés spécifiques et/ou de segments de conquête grâce aux campagnes digitales de notoriété et de conversion. Ces dispositifs omnicanaux (réseaux sociaux, programmatique, sponsorisation, influence etc...) permettent de valoriser et de générer de l'intérêt pour votre destination, d'augmenter la notoriété de votre territoire et de renforcer votre visibilité auprès de marchés ou segments de conquête. Via une logique de co-construction et d'effets de leviers grâce à la mobilisation de plusieurs partenaires, les campagnes sont construites au travers d'un plan de notoriété stratégique identifiant les leviers digitaux pertinents (Meta, TikTok, Pinterest, Teads, Webedia, pureplayers) et les véhicules marchands (Expedia, Veepee, Weekendesk ...) afin de séduire des cibles affinitaires sur les marchés sélectionnés.

Cibles de l'action

DINKS, Millenials, Familles, Séniors en fonction de l'opération retenue.

Types de partenaires attendus

ADT, OT, Fédérations, DMO, DMC

Budget minimum souhaité

A partir de 10000€

Contribution partenaire

Contribution à partir de 5000€

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Variable

Autres Conditions

Logique de co-construction nécessitant une contribution et un investissement de temps homme et de production en plus de la participation financière

Liste des actions prévues en 2023

• Campagne **« Citybreak »** (Expedia, Abritel, Hotels.com...)

Marchés Belgique, Allemagne, Suisse

Objectifs: 10M d'impressions, 1M d'€ de CA

• Campagnes **Montagne Hiver** (Sunweb, Jet2, Easyjet, TravelSki, Wintersport, Interchalet, Nevdama...)

Marchés UK, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Scandinavie, PECO, USA, Canada

Objectifs: 100M d'impressions, 10M d'€ de CA

• Campagnes **#ExploreFrance** (Influence, réseaux sociaux, presse, programmatique, retargeting, pureplayers)

Marché Europe

Objectif: 30M d'impressions

 Campagne « One Year To Go » – Rugby World Cup 2023 (Influence, Réseaux sociaux, presse, programmatique), Marchés UK, Japon, Australie, NZ ...

Objectif: 5M d'impressions

 Campagne Outdoor / Vélo / Rando / Itinérance (Komoot, Strava, Outdooractive)
 Marché Allemaane

Objectif: 1M d'impressions

Campagne Art de vivre / Vallée de la

Gastronomie (influence, réseaux sociaux, Mapstr)

Marchés UK, Suisse, Belgique

Objectif: 20M d'impressions

• Campagne **HPA** (influence, réseaux sociaux, sponso)

Marchés Allemagne, Suisse, Belgique et Pays-Bas

Objectifs: 20M d'impressions

• Campagne **Gîtes de France** (influence, réseaux sociaux, sponso)

Marchés UK, Suisse, Belgique, Allemagne, Pays-Bas

Objectifs: 5M d'impressions

BTOB – WORKSHOPS TOUR-OPÉRATEURS, OPÉRATIONS DE DÉMARCHAGE ET ÉDUCTOURS SPÉCIFIQUES

Capter de nouveaux flux et clients, à forte valeur ajoutée (saison, valeur, durée de séjours) en renforçant sa distribution, notamment via les distributeurs, tour-opérateurs, Online Travel Agencies, Online Tour-opérateurs, grossistes et voyagistes. Rendez-vous d'affaires individuels entre les professionnels du tourisme et les tour-opérateurs, voyagistes; road show et opérations de démarchage sur les marchés; éductours et formation des distributeurs.

Cibles de l'action

Programmation: Les actions visant à développer la programmation concernent les directeurs de programmes, les responsables de la production auprès des tour-opérateurs, les grossistes et agents de voyages indépendants.

Formation: Les actions de formation visent notamment, les responsables des unités de vente, les équipes de vente des agences de voyages, tour-opérateurs et compagnies aériennes.

Types de partenaires attendus

Destinations, hébergeurs, prestataires, opérateurs – exploitants, transporteurs, DMC, DMO dont l'ambition est de renforcer sa présence sur l'international, et dont l'offre, la marque, le produit ou services est pertinent (langues, outils, services, standards...).

Budget minimum souhaité

3000 € / 5000 € par opération

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Variable

Pré-requis côté partenaires

Ouverture internationale (outils, langues, services...), et capacité à travailler avec des intermédiaires professionnels internationaux (catalogue de ventes, sales manuels BtoB, offres spécifiques BtoB, etc).

Liste des actions prévues en 2023

Opérations sur les marchés internationaux:

- Destination Montagnes Grand Ski (Chambéry) (janvier)
- Roadshow BtoB Montréal / Toronto (Canada) (février)
- Encontros à Francesa virtuel BtoB (Brésil)
 (février)
- Rendez-Vous en France (Paris) (mars)
- Mountain Travel Symposium Ski (Canada) (mars)
- Marhaba (Moyen Orient) (mars)
- Roadshow formation des tour-opérateurs et agents de voyages avec Emirates (Inde-Moyen-Orient) (mars)
- Workshops Réceptifs Chine Asie (Paris) mars)
- RDA Reisen (Allemagne) (avril)
- Sakidori (Japon) (juin)
- Exposki (Brésil) (septembre)
- France Excellence (Brésil) (septembre)
- Workshop France (Inde) (septembre)
- Workshop France (Israël) (septembre)
- France 360 (USA) (octobre)

- French Days (Corée) (octobre)
- Roadshow démarchage des réceptifs internationaux basés en Europe (Vallée de la Gastronomie) (octobre)
- Roadshow démarchage Moyen Orient (octobre)
- Opération MICE congrès (Paris)

Accueils, Eductours, pré et post-tours en région:

- Pré-tours Destination Montagnes (ski) (janvier)
- Pré-tours Rendez-Vous en France (Auvergne, vallée de la Gastronomie, French Alps) (mars)
- · Accueil BtoB multi-marchés (cyclotourisme
- Via Rhôna) (avril)
- Accueil BtoB multi-marchés Vallée de la Gastronomie (juin et octobre)
- · Accueil BtoB Brésil (fin juin)
- Accueil BtoB multi-marchés Ski (décembre)

BTOC - NOTORIÉTÉ - SALONS ET OPÉRATIONS SUR LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Renforcer sa notoriété (destinations, produits, services...) sur les marchés internationaux en adoptant une approche directe auprès des consommateurs finaux.

Evènementiel, salons grand-publics, et opérations spécifiques.

Cibles de l'action

Prospects et consommateurs finaux internationaux.

Types de partenaires attendus

Destinations, grands itinéraires, hébergeurs, prestataires, opérateurs – exploitants, transporteurs, DMC, DMO à vocation internationale, dont l'offre et la notoriété sont adaptées à une prospection auprès d'une clientèle internationale.

Budget minimum souhaité

3000 € / 5000 € par opération

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Variable

Pré-requis côté partenaires

Ouverture internationale (produits et outils adaptés, maitrise des langues...).

Ces opérations ne peuvent être exclusives sur les marchés cibles. Elles doivent être accompagnées par des actions médias et/ ou digitales ou de stimulation des ventes pour être pertinentes.

Liste des actions prévues en 2023

- Salon CMT Fahrrad und WanderReisen (Allemagne) (janvier)(thématique vélo, itinérance)
- Salon Fiets & Wandelbeurs (Pays-Bas) (février) (thématique vélo, itinérance)

WORKSHOPS ET OPÉRATIONS SPÉCIFIQUES AUPRÈS DE LA PRESSE INTERNATIONALE (PRINT ET DIGITALE)

Renforcer sa notoriété sur les marchés internationaux, en s'appuyant sur le relais des médias, des influenceurs, bloggeurs et/ou leaders d'opinion.

Rendez-vous individuels avec les journalistes, bloggeurs ou leaders d'opinion lors des workshops spécifiques; participation aux éductours presse ou bloggeurs; ou encore participations aux tournées médias sur les marchés à la rencontre des journalistes et médias.

Cibles de l'action

Journalistes internationaux (presse tourisme ou thématique) et plus accessoirement bloggeurs thématiques ou travel.

Types de partenaires attendus

- Destinations, DMO, groupes touristiques multi-destinations, opérateurs-exploitants pour les workshops et opérations spécifiques sur les marchés.
- DMC, réceptifs, DMO, hébergeurs et prestataires pour les accueils et éductours.

Contribution partenaire

A partir de 1000€

Contribution Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Variable selon les opérations

Pré-requis côté partenaires

Les partenaires doivent pouvoir proposer des sujets, nouveautés, angles susceptibles d'être retenus par les journalistes.

Ils doivent enfin, s'inscrire dans une logique d'ouverture internationale (maitrise des langues, outils presse, visuels, production de contenu adaptés).

Organisation interne permettant d'assurer le suivi opérationnel des contacts pris sur les opérations.

Liste des actions prévues en 2023

Opérations prévues sur les marchés internationaux:

- Médiatour Italie (janvier)
- Workshop Presse (Espagne) (janvier)
- Collection France (Belgique) (février)
- Workshop Presse (Pays-Bas) (février)
- Accueil presse Mondiaux du Ski (février)
- Rencontre Presse ITB Berlin (Allemagne) (mars)
- Accueil Radio Belge (Auvergne) (mars)
- IMM Grande-Bretagne (mars)
- Lancement presse Vallée de la Gastronomie (Belgique) (mai)
- Lancement presse Vallée de la Gastronomie (Japon) (juin)
- Workshop Presse Slow Tourisme (Pays-Bas) (octobre ou novembre)
- Tournée médias (Canada) (novembre)

Accueils, Eductours, pré et post-tours en région:

- Accueil influenceurs Vallée de la Gastronomie (multi-marchés) (Janvier)
- Accueil presse / influence dans le cadre du Rugby World Cup (multi-marchés) (avril)
- Accueil presse / Plus beaux villages de France – Petites Cités de Caractère (mutlimarchés) (mai)
- Accueil presse / ViaRhôna (multi-marchés) (mai)
- Accueil influenceurs Vallée de la Gastronomie (multi-marchés) (juin)
- Accueil influenceurs européens dans le cadre de la campagne #explorefrance (multimarchés europe) (juin)
- Accueil presse Rugby World Cup (multimarchés) (sept)
- Accueil presse Vallée de la Gastronomie (multi-marchés) (octobre)





Se former



NOTRE SÉLECTION

Concevoir et produire les contenus vidéos de son entreprise

Formation certifiante éligible CPF.

Tourner, monter et diffuser des vidéos comme un pro!

Les bonnes pratiques en vue de l'amélioration du référencement naturel d'un site internet

Formation certifiante éligible CPF.

Maîtriser les pratiques et outils SEO pour optimiser la visibilité de son site web

Retrouver le détail de l'offre sur www.trajectoires-tourisme.com

Mutualiser nos outils

REPORTAGES PHOTOS

PRODUCTION D'IMAGES

COMMANDE EN NOMBRE
DE DOCUMENTATION

Mutualiser ...~ nos outils





✓ v.bacquenois@auvergnerhonealpes-tourisme.com

0607538611

LES REPORTAGES PHOTOS

Descriptif du principe de l'action

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme assure régulièrement l'enrichissement de la photothèque en ligne https://phototheque. auvergnerhonealpes-tourisme.com/. Les choix de sujets sont définis en lien avec les besoins éditoriaux de la communication notamment digitale et de Partir Ici. Il est proposé de mutualiser des journées de shooting sur un territoire et/ou sur un thème ou une activité spécifique.

Types de partenaires attendus

Offices de tourisme, communautés de communes, agences départementales, prestataires d'activités...

Principes de mutualisation

Brief partagé du photographe en fonction des besoins, sélection par chacun des partenaires d'un nombre de visuels définis. Prise en charge des frais d'accueil, mise à disposition de figurants... Les modalités sont à définir en fonction du reportage attendu

Exemples

Reportage Chamonix: figurants « fournis » par l'OT + prise en charge téléphérique, repas...

Reportage canyoning Ardèche: figurants et activité 'fournis' par le prestataire.

Liste des actions prévues en 2023

Reportages à la journée, sites à choisir en fonction des manques et des besoins exprimés.

LES REPORTAGES VIDÉOS

La communication en ligne, les événements à l'international requièrent des images sans cesse renouvelées et imposent à chaque acteur des frais conséquents. L'Agence organise régulièrement des journées de tournage sur un territoire, ou fait appel aux images existantes pour les besoins de montages des campagnes ou des temps forts. Il est proposé de mutualiser tournage et images existantes pour optimiser les coûts de chacun.

Toutes ces vidéos sont intégrées sur https://www.auvergnerhonealpes-tourisme.tv/ et viennent abonder cette vitrine en image de la région. Pour rappel cette web TV est à disposition des partenaires pour leur propre diffusion.

Types de partenaires attendus

Office de tourisme, communauté de communes, agences départementales, prestataires d'activités...

Principe de partenariat

Prise en charge des déplacements des réalisateurs et des figurants éventuels sur place (repas, utilisation de moyens de transports,...). Mutualisation des coûts de tournage avec cession de droits pour l'exploitation des images.

Liste des actions prévues en 2023

Renouvellement des images activités et expériences clients sur les thématiques stratégiques d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

COMMANDE EN NOMBRE DE DOCUMENTATION

CONTACT



Sylvie Christin

✓ s.christin@auvergnerhonealpes-tourisme.com

0625304295

Cartes touristiques

A disposition pour commande en nombre:

- La carte touristique générale d'Auvergne-Rhône-Alpes (bilingue)
- La carte Vélo en Auvergne-Rhône-Alpes (bilingue)
- La carte ViaRhôna (deux versions françaises et anglaise)
- La carte Via Allier
- Le document carte Vallée de la Gastronomie (bilingue)

La politique touristique régionale



Faire d'Auvergne-Rhône-Alpes la première destination européenne du tourisme durable

Consciente de la place du tourisme dans l'économie régionale, la Région a décidé d'en faire l'une de ses priorités d'action pour la période 2022-2028. 300 millions d'euros seront investis pour aider les acteurs touristiques régionaux et amener le tourisme vers toujours plus de qualité, d'accueil, de diversité et toujours plus d'excellence.

CONTACT • • • • • Direction du tourisme

✓ direction.tourisme@auvergnerhonealpes.fr

04 26 73 49 67

LES AXES DU PLAN TOURISME 2022-2028

- Soutenir les aménagements touristiques dans cinq filières d'excellence:
- Pleine nature
- Montagne durable 4 saisons
- Itinérance et grandes randonnées
- Thermalisme et pleine santé
- Gastronomie et œnotourisme.
- 2) Poursuivre son accompagnement en faveur de ses sites touristiques emblématiques

3) Financer les hébergements touristiques

(ingénierie préalable et investissements): hôtellerie indépendante, hôtellerie de plein air, hébergements collectifs, gîtes d'étape, refuges de montagne et hébergements hybrides.

4) Être à la pointe de l'innovation touristique en s'ouvrant à de nouvelles thématiques

tourisme de savoir-faire, tourisme d'affaires et digitalisation.

5) Répondre aux enjeux liés à l'emploi et au handicap

6) Affirmer son accompagnement aux territoires et aux acteurs touristiques à travers l'action de l'agence régionale du tourisme « Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme ».

Chef de file en matière de développement économique et touristique, le Conseil régional œuvre en concertation étroite avec les Départements afin de coordonner les actions prioritaires à

Dans un souci de convergence des financements sur une même stratégie, des synergies, notamment avec les fonds européens, seront systématiquement recherchées.





- 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**
- in Page entreprise Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

— PHOTOTHÈQUE EN LIGNE

phototheque.auvergnerhoneal pes-tour is me.com/

— POUR PARTAGER NOS VIDÉOS

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



---- actions 2023