



# Journée des Offices de tourisme 18 janvier 2024



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme



# Marketing digital, Partir Ici & Apidae : jouons collectif et responsable en 2024!

# Les présentations



## **Marie Sturm**

Chargée de projet Partir Ici

[m.sturm@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:m.sturm@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

06 87 71 90 71



## **Ghislaine Borie**

Chargée des campagnes digitales, community manager Auvergne Tourisme et animatrice communauté digitale

[g.borie@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:g.borie@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

06 22 41 63 49



## **Camille Ract**

Responsable pôle marketing digital & web

[c.ract@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:c.ract@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

06 07 53 86 28



# Bienvenue !

## Au programme de cet atelier

**11h-11h30** : De nombreux dispositifs pour faire rayonner davantage vos territoires

**11h30-12h10** : Partir Ici, montée en puissance au service de vos territoires

**12h10-12h30** : La Communauté digitale, créons plus de synergies entre nous



# De nombreux dispositifs pour faire rayonner davantage vos territoires



RÉVEILLER LES SENS,  
RETROUVER LE SENS,  
**RENAÎTRE ICI.**



# Tant de nouveautés à partager avec vous !

Apidae et  
l'animation  
régionale

Le Pack  
Actions

Le progrès  
score



RÉVEILLER LES SENS,  
RETROUVER LE SENS,  
**RENAÎTRE ICI.**

# Le Pack Actions

# À vous de choisir ce qui vous convient le mieux !

Le pack  
actions  
« réseaux  
sociaux »

Le pack  
actions  
« campagnes  
thématiques »

Le pack  
actions  
« Partir Ici »

6 possibilités seront  
présentées par Marie

# Série de posts boostés

## facebook

- **3 raisons de collaborer :**
  - Une visibilité optimisée auprès de grandes communautés
  - Une présence assurée sur les pages Facebook tout au long de l'année à des périodes clés pour votre activité
  - Une gestion assurée par l'équipe d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme (rédaction de la publication, paramétrage publicitaire, modération des commentaires)
- **Coût :** 1 000€ pour 5 posts boostés
- **Cible :** ciblage personnalisable
- **Pages Facebook :** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et Auvergne Tourisme
- 10 séries de 5 posts boostés sur Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et 5 partenaires maximum (5 posts/partenaires) sur la page Auvergne Tourisme



**Contacts :** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme : Anne-Sophie Robin & Auvergne Ghislaine Borie  
[A-s.robin@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:A-s.robin@auvergnerhonealpes-tourisme.com) et [g.borie@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:g.borie@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

# Offres spéciales Fans

## facebook

- **3 raisons de collaborer :**
  - Une **visibilité** optimisée auprès de grandes communautés sur votre marché intrarégional
  - Une **offre** dont les contenus sont **construits en collaboration** avec nos équipes
  - Une **gestion** assurée par l'équipe d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme (rédaction de la publication, offre marketée, paramétrage publicitaire, modération des commentaires)
- **Coût** : Gratuit. Dotation. Possibilité d'abonder pour amplifier la visibilité.
- **Cible** : Ciblage personnalisable
- **Pages Facebook** : Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
- 12 offres spéciales fan par an

**Contact** : Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme : Anne-Sophie Robin  
[A-s.robin@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:A-s.robin@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

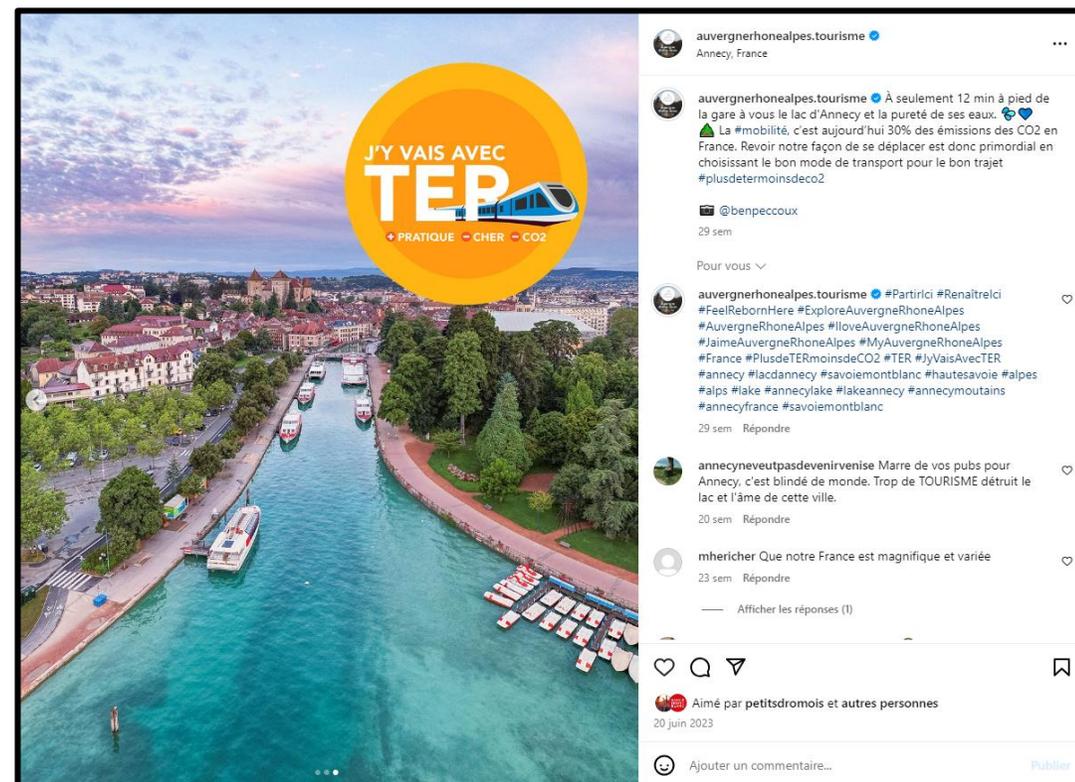


# Séquence éditoriale



- **3 raisons de collaborer :**
  - Toucher une **communauté importante et engagée** sur Instagram (216 K)
  - Mettre en lumière votre destination autour d'une **séquence de contenus entièrement dédiés** (photos & vidéos)
  - **Co-construire ensemble** des contenus en fonction de la ligne éditoriale du compte
- **Coût : 2000 €** pour une séquence de 3 semaines environ (budget amplifié par AURAT)
- **Cible :** Clientèle intrarégionale et nationale – univers outdoor & nature (80%) - univers urbain (20%)
- 4 créneaux par an

**Contact :** Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme : Sébastien Martin  
[s.martin@auvergnerrhonealpes-tourisme.com](mailto:s.martin@auvergnerrhonealpes-tourisme.com)



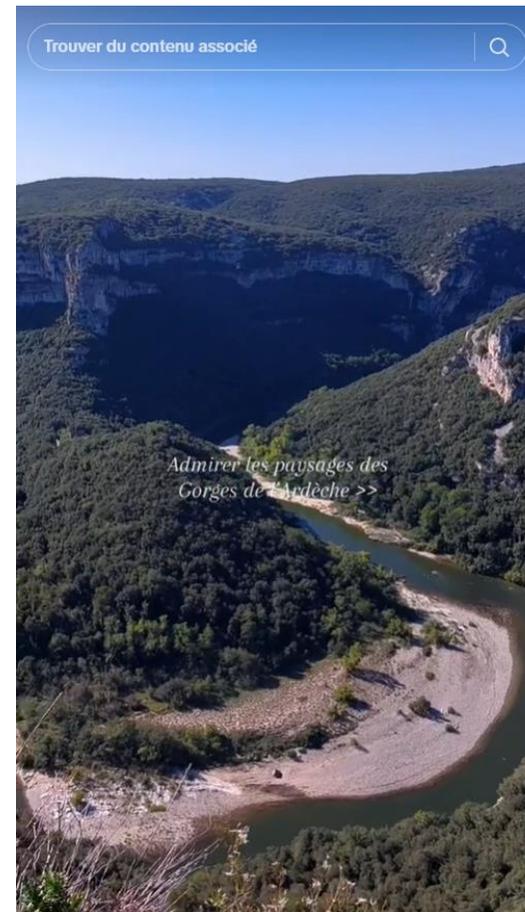


# Besoin de rushs pour Tiktok

- Nous prenons tous vos rushs **libres de droit**
  - Tourisme gourmand, Outdoor, Culture...
  - Paysages, visites de lieux, activités...

Contact : Soléane Ducarre

[s.ducarre@auvergnhoneyalpes-tourisme.com](mailto:s.ducarre@auvergnhoneyalpes-tourisme.com)



# Campagnes thématiques

- Plus d'impact auprès du grand public en concentrant nos prises de paroles
- Meilleure anticipation et harmonisation des contenus
- Dispositifs media en cours de construction  **vous pouvez d'ores et déjà vous manifester si une ou plusieurs vous intéressent pour du co-financement** 

	Jan	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct	Nov	Déc
Opération prioritaire			Ski de printemps  Du 20/02 au 20/03	Nos grands itinéraires à vélo au sens large : vélo, Viarhônga, Via Allier	Grande itinérance à pied : Saint Jacques et autres	Nos enjeux sous le prime de la montagne l'été (parc, tourisme gourmand, tourisme de savoir-faire, pastoralisme, colos...)			Tourisme gourmand (dont savoir-faire gourmand)  Du 1/09 au 15oct	City breaks (culture, etc.) et short breaks automne Focus sur le train		Montagne hiver, dont les jeunes
Opération secondaire			Ouverture des stations thermales		Sites emblématiques				Via Allier, Viarhônga			

# Campagnes thématiques – Vos contacts



**Isabelle Faure**

Chargée de tourisme gourmand

[i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:i.faure@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

06 08 85 72 39



**Caroline Chouvy**

Chargée de tourisme outdoor et itinérance

[c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:c.chouvy@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

06 08 85 72 43



**Lawrence Duval**

Chargée de bien-être thermal

[l.duval@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:l.duval@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

06 07 65 57 54



RÉVEILLER LES SENS,  
RETROUVER LE SENS,  
**RENAÎTRE ICI.**

# Apidae et l'animation régionale

# Un collectif régional engagé depuis fin 2020

→ Une réunion mensuelle ou tous les deux mois entre l'agence régionale et les animateurs Apidae de chaque département.

- Exemples de sujets :
  - Partir Ici
  - Tableau de bord qualité
  - Guides de saisies
  - Interopérabilité Géotrek & Apidae
  - Critères nouveautés Presse...

# Nouveautés : les websem Apidae régionaux

- 🌱 Une idée des animateurs Apidae avec qui nous nous réunissons tous les deux mois 🌱
- Souhait de créer toujours plus de synergies entre nos territoires d'Auvergne-Rhône-Alpes
- Encourager le partage de connaissances entre nos territoires
- Au programme :

**#01 : Nouveaux  
projets  
régionaux au  
service de vos  
territoires**

Nov 23

**#02 : Coup de  
projecteur sur 3  
guides de  
saisies liés aux  
enjeux  
régionaux  
stratégiques**

Jan 24

**#03 : Zoom sur 6  
usages  
inspirants  
d'Apidae à  
l'échelle  
régionale**

À venir

Save the date – 25/01

- Et la suite ? À imaginer ensemble !

# Les replays sont disponibles sur notre WebTV



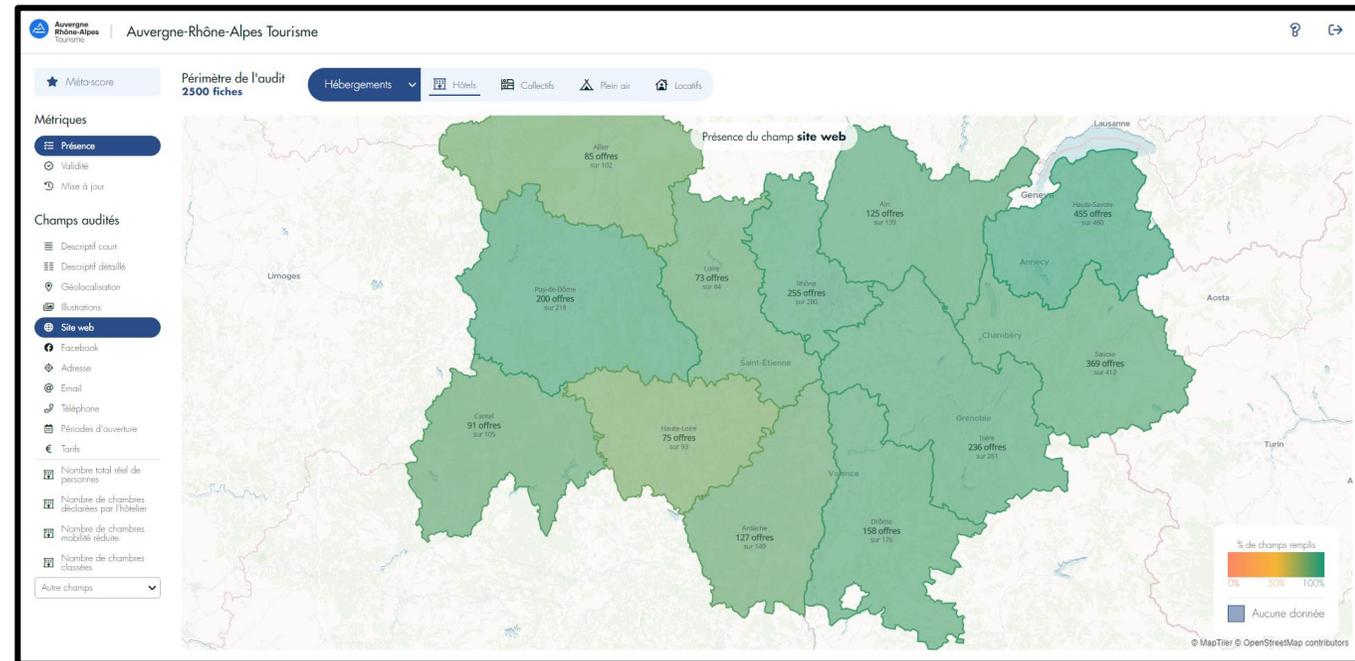
[Websem #01](#)



[Websem #02](#)

# Tableau de bord qualité : Un outil à votre service

- [un tableau de bord en ligne](#) permettant d'avoir un diagnostic en temps réel du niveau de qualification des fiches saisies sous Apidae.
- Hébergement & Outdoor
- **Gratuit** et à disposition de tous les territoires, offices et agences départementales de tourisme



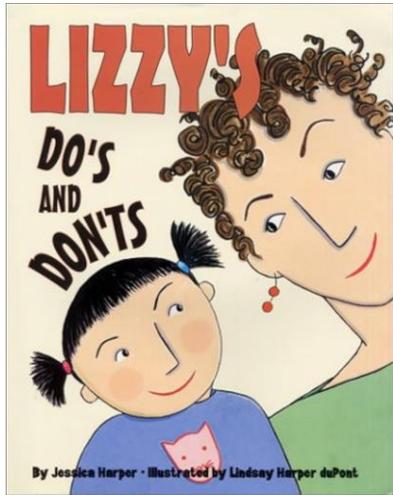
# Critères Internes Nouveautés Presse

Nouveautés\_Presse Nationale et Internationale\_2025 (Dossier de presse 2025)

Quel  
besoin ?

Récupérer les pépites parmi les nouveautés de l'année en région, susceptibles d'intéresser les médias nationaux et internationaux afin de créer le **Dossier de presse « nouveautés 2025 »** avec **les plus belles offres qui viennent d'être créées ou vont ouvrir en 2025.**

# Do's and Don'ts



Ne tagguer que des « **vraies** » **nouveautés et préciser la date d'ouverture** dans le descriptif privé



Tagguer des nouveautés majeures qui vont plaire à la presse avec un caractère **d'exception, original, atypique, insolite, jamais vu ailleurs** (effet wow)...



S'assurer de la **qualité** des fiches (site internet renseigné...)



Créer les fiches nouveautés si elles n'existent pas encore



Sélectionner **au maximum 2 ou 3** offres par territoire si et seulement si elles en valent vraiment le coup



Ne pas sélectionner les restaurants, ni les itinéraires, ni les activités



Respecter la date limite de présélection (mi-septembre chaque année)

[Lien vers le dossier de presse 2024](#)

# A vous de jouer pour le dossier de presse 2025

Les **offices de tourisme** présélectionnent les fiches qui correspondent aux critères Nouveautés dans :

- Hébergements atypiques/ de charme (hors camping)
- Grandes expos/ évènements
- Tourisme gourmand (pas les restaurants)
- Ou ils contactent, l'attachée de presse de son département ou de l'ART, s'ils ont une offre qui vaut le coup et qui ne rentre pas dans ces catégories !



Les attachés de presse des départements valident les fiches avec un autre critère interne dédié



Les attachées de presse d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme ( Corinne et Vanessa 🍀 ) sélectionnent parmi cette base

# Nos attachées de presse sont à votre écoute



**Vanessa Michy**

Attachée de presse France & International

[v.michy@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:v.michy@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

+33 (0)6 61 27 27 48



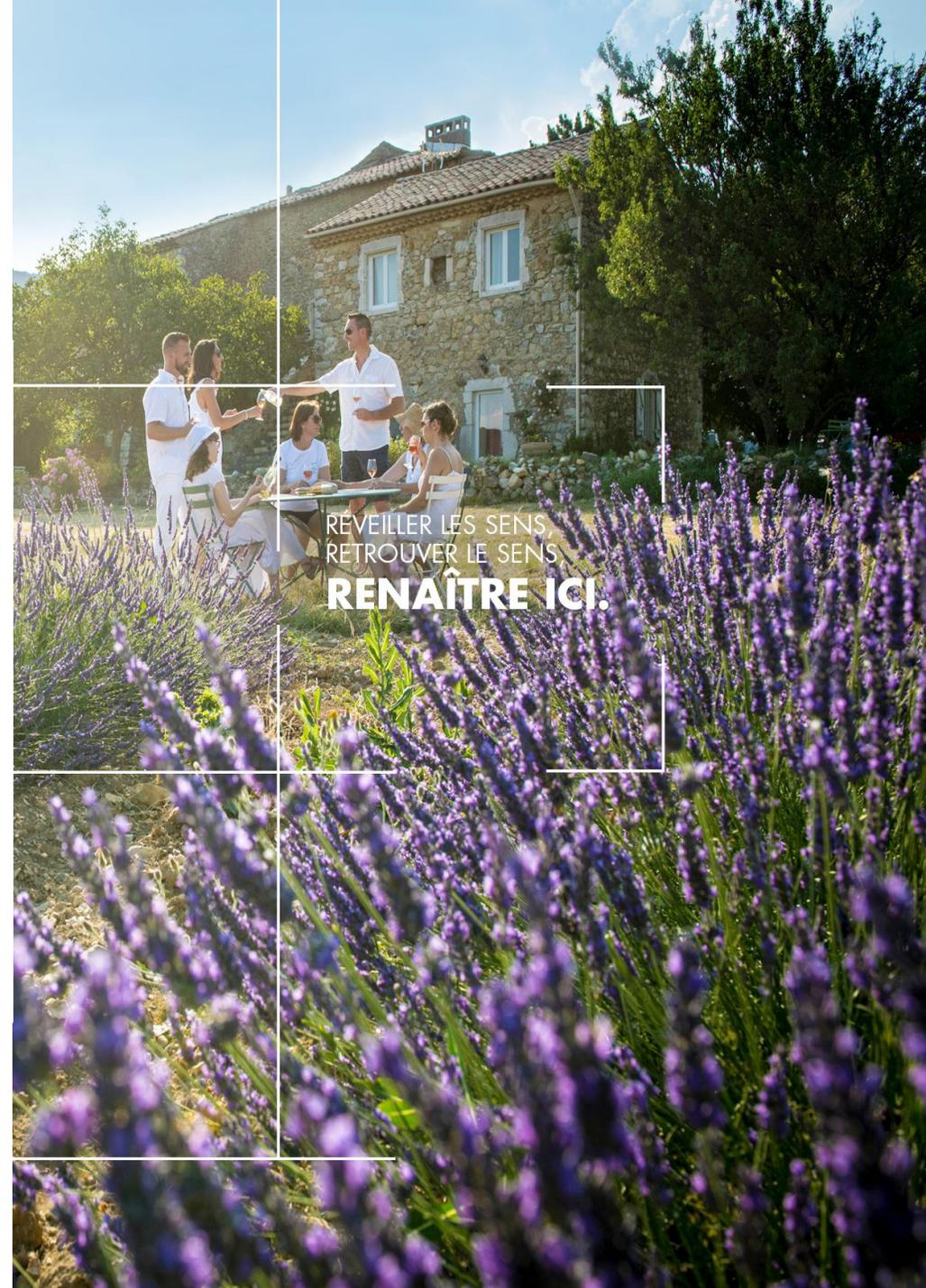
**Corinne Boulègue**

Attachée de presse France

[c.boulegue@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:c.boulegue@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

+33 (0)6 61 27 27 45

# Focus sur le Progrès-score, notre nouvel indicateur





Le Progrès-score est une solution dédiée à la **communication responsable** des organismes de gestion des destinations touristiques.

Il permet de mesurer la **performance** de son écosystème numérique ainsi que la place occupée par le **tourisme responsable**.



# progrès score

Plus de 140 critères combinés  
pour passer de la performance  
à l'efficience.

Performance  
numérique

–  
41  
indicateurs

Green IT

–  
46  
indicateurs

Engagement  
éditorial

–  
15 critères RSO      111 labels

Ethique

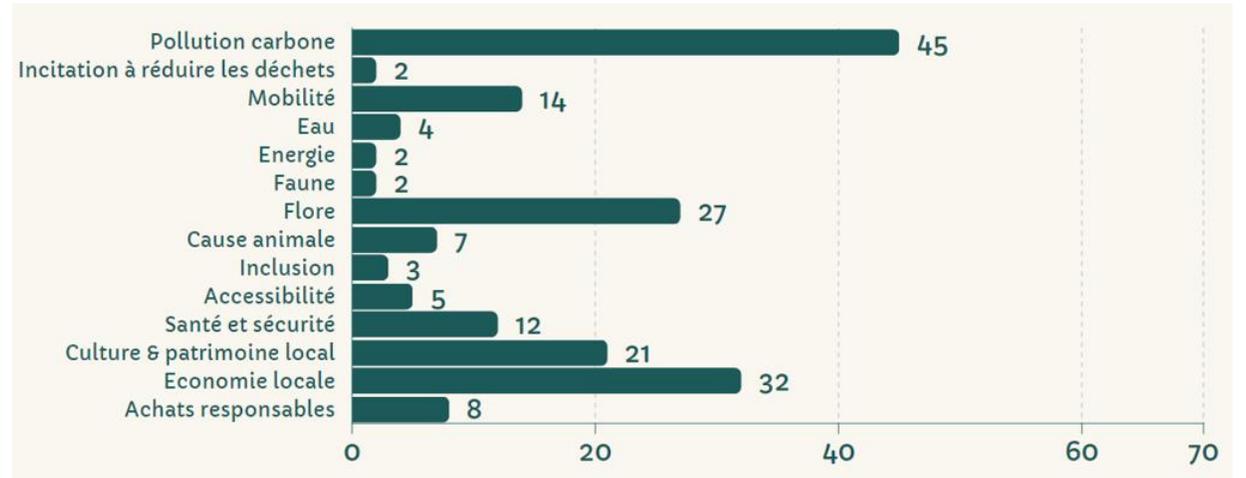
–  
44  
indicateurs

## Performance numérique

–  
41  
indicateurs

- pas de performance = pas de diffusion
- des messages engagés diffusés par un dispositif numérique efficient.
- Indicateurs qualité : impressions virales, interactions significatives, le bon référencement des pages

progrès  
score



## Engagement éditorial

15  
critères RSO

111  
labels



Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

11 novembre 2022 · 🌐



[ Vélo ] ✓

🏞️ La ViaRhôna de Seyssel à Lyon, c'est 180 km au cœur des massifs 🏞️ Une échappée belle, des aventures en quelques jours avec des paysages montagneux & des espaces naturels bucoliques qui s'étendent le long du Rhône 🏞️ Vous partez quand ?

📱 [Un Monde à Vélo](#)

✓ Toutes les infos ici 📄 <https://un-monde-a-velo.com/viarhona-de-seyssel-a-lyon.../>

📍 Seyssel est accessible en TER depuis Lyon

ViaRhôna



Analyse des émissions de CO2 de l'activité numérique du territoire :

- par plateforme, par type de contenu pour analyser l'efficacité et pas simplement le volume
- origine de ces émissions pour identifier des leviers d'optimisations
- Poids des images, éco-conception

Green IT

-

46  
indicateurs



- Respect vie privée des utilisateurs
- Accessibilité numérique
- Bien-être numérique
- Recours à la publicité
- Inclusivité

**Ethique**

—

**44**  
indicateurs

# Notre retour d'expérience au sein de l'agence

- **Depuis 2022**
  - Pilote en 2022 puis progrès score plus abouti en 2023
- **Quel impact dans notre quotidien ?**
  - Nouveaux indicateurs de performance : plus quali que quanti, intégrés à nos indicateurs
  - Choix des sujets de nos prises de parole
  - Attention portée aux reportages photos
- **Les résultats un an après ?**
  - En progrès, bien sûr, de nombreuses pistes d'amélioration
- **Collaborer ensemble ?**
  - S'assurer que les bonnes pratiques durables & les portraits sont bien renseignés sur Apidae : une mine d'or d'information !
  - Nous communiquer les lieux sur lesquels il n'est pas conseillé de communiquer (surtourisme, dégâts climatiques, etc.) – méthode à définir ensemble via la communauté digitale

# Témoignage des Gorges de l'Ardèche –Pont d'Arc



**Marina Geray**

Chargée de Communication

Office de Tourisme Gorges de l'Ardèche  
- Pont d'Arc, Ardèche

[marina@gorges-ardeche-pontdarc.fr](mailto:marina@gorges-ardeche-pontdarc.fr)

# Pourquoi ce nouvel indicateur ?

S'engager dans une véritable démarche de **Tourisme Durable**.

Concilier tourisme, protection de l'environnement, soutien à l'économie locale, tout en assurant des expériences authentiques aux visiteurs.

Disposer d'un indicateur complet, qui évalue la performance de notre éco-système digital, et la place occupée par le tourisme responsable dans notre communication.



*Sensibilisation et formation des professionnels du tourisme aux enjeux du tourisme durable*



*Académie des Gorges de l'Ardèche: une série de vidéos pédagogiques et ludiques autour de la Réserve Naturelle Protégée*

**progrès score**  
Plus de 140 critères combinés pour passer de la performance à l'efficacité.



*Indicateurs quantitatifs et qualitatifs*

# Quel impact dans notre quotidien ?

Travail important sur les sujets: pour chacun des piliers de la RSE, identification des sujets pertinents à traiter

Création des contenus et des publications beaucoup plus chronophage

Nouveaux indicateurs de performance : on ajoute l'aspect qualitatif au simple quantitatif

## Atelier - Engagement éditorial Flore

### QUE SE CACHE T-IL DERRIÈRE CET ITEM ?

- Tout contenu qui :
- valorise des actions pour protéger la faune locale et sensibiliser à la préservation des espèces sauvages;
  - valorise des acteurs, associations, participant à la protection d'espèces faunistiques ou à des actions de sensibilisation à la faune sauvage;
  - fait de la pédagogie pour sensibiliser au respect et au besoin de tranquillité de la faune sauvage;
  - fait de la pédagogie sur les espèces faunistiques et leur habitat;
  - valorise des actions pour venir en aide ou éviter tout impact néfaste sur la faune sauvage
  - etc.

Gorges de l'Ardèche - Pont d'Arc a publié une vidéo dans la playlist Académie des Gorges de l'Ardèche.

27 juin

Dans ce nouvel épisode de l'Académie des Gorges de l'Ardèche, on te parle de la baignade en rivière dans les Gorges de l'Ardèche. Se baigner au cœur de la réserve nationale protégée, au beau milieu d'un canyon parmi les plus beaux d'Europe, c'est vraiment magnifique.

Pour en profiter à fond, voici 7 infos essentielles:

- La baignade dans les Gorges de l'Ardèche, ça se mérite ! On peut se baigner dans le canyon, à l'occasion d'une descente de la rivière en canoë, en barque avec les bateliers, en paddle, ou lorsqu'on emprunte à pied le sentier de rando balisé qui traverse les Gorges de l'Ardèche.
- On trouve différents lieux de baignade dans les Gorges de l'Ardèche. Des plages de sable, des dalles de rochers calcaires, et des plages de galets.
- La rivière est un écosystème fragile, qui abrite un monde vivant. Chacun de nous doit adopter quelques gestes simples pour la protéger au mieux.
- Soyez vigilant à la météo, et ne vous approchez pas de la rivière en cas de fortes pluies. Même en été, le niveau de l'eau peut monter très vite.
- En Ardèche, comme partout en France, le changement climatique impacte le niveau d'eau des rivières. Le manque de pluie, et les températures élevées, entraînent des épisodes de sécheresse de plus en plus fréquents. Il est indispensable de ne pas gaspiller l'eau !
- La qualité de l'eau est contrôlée régulièrement sur l'Ardèche. Car la pollution de l'eau, ça ne se voit pas ! Dans les Gorges de l'Ardèche, il n'y a quasiment pas d'habitations, donc très peu de rejets. La qualité de l'eau est excellente sur ce point. Mais comme dans toutes les rivières, il est recommandé de se baigner dans les zones d'eau courante, jamais dans l'eau stagnante. Et d'éviter de boire l'eau ou de porter à la bouche tout objet ayant été immergé. C'est valable également pour les chiens.
- La baignade n'est pas surveillée dans les Gorges de l'Ardèche, alors ne vous mettez pas en danger inutilement ! Et si sauter depuis les rochers peut sembler amusant, rappelez-vous que ça représente aussi un risque important.

Retrouvez tous les épisodes de l'Académie des Gorges de l'Ardèche ici <https://bit.ly/academie-gorgesdelardeche>



post	impressions	tx personnes engagées	note personnes engagées
	3193	0,23%	0,14
L'Office de Tourisme Gorges de l'Ardèche - Pont d'Arc, en partenariat avec le Syndicat de ne...	45518	26,67%	5,00
1 On a un p'tit message pour vous dans cette vidéo de la part de Maëlle :)	39917	16,23%	5,00
Rencontre	26067	7,74%	4,84
Ce soir l'émission Echappées Belles est en Ardèche ! C'est sur France 5 à 20h55.	23730	10,26%	5,00
On t'a concocté une série de vidéos avec des conseils et astuces pour mieux profiter des vac...	12510	9,32%	5,00
ANIMAL de la Préhistoire au street art, le spectacle immersif 360° de la Grotte Chauvet 2 - 4	10358	6,94%	4,34
Bienvenue dans l'Académie des Gorges de l'Ardèche ! Aujourd'hui nous allons te donner que...	180459	4,60%	2,87
Tu aimerais beaucoup te lancer dans une descente en canoë des Gorges de l'Ardèche, mais t...	171314	3,81%	2,38
Bienvenue dans l'Académie des Gorges de l'Ardèche ! Aujourd'hui on va te parler du bivouac	259478	3,57%	2,23
Dans ce nouvel épisode de l'Académie des Gorges de l'Ardèche, on te donne quelques cons...	65760	2,42%	1,51
L'Automne a commencé à déposer ses touches flamboyantes sur nos jolis paysages d'Ardèc...	25873	3,51%	2,20
Quand la pluie offre ce genre de spectacle, c'est juste magique 🌧️🌧️🌧️	312233	7,44%	4,65
Cette année c'est définitif, tu n'as plus qu'à venir en canoë dans les Gorges de l'Ardèche ! Tu...	200040	2,00%	1,75

# Les résultats six mois après ?

Un engagement **en hausse**

+ 27%  

+ 13% 

## Sur Facebook:

- Augmentation des impressions organiques, conséquence directe de la progression du volume d'utilisateurs engagés.

## Sur Insta:

- Les enregistrements sont en nette augmentation, conséquence directe d'un contenu à plus forte valeur ajoutée
- Temps passé sur le contenu plus long.

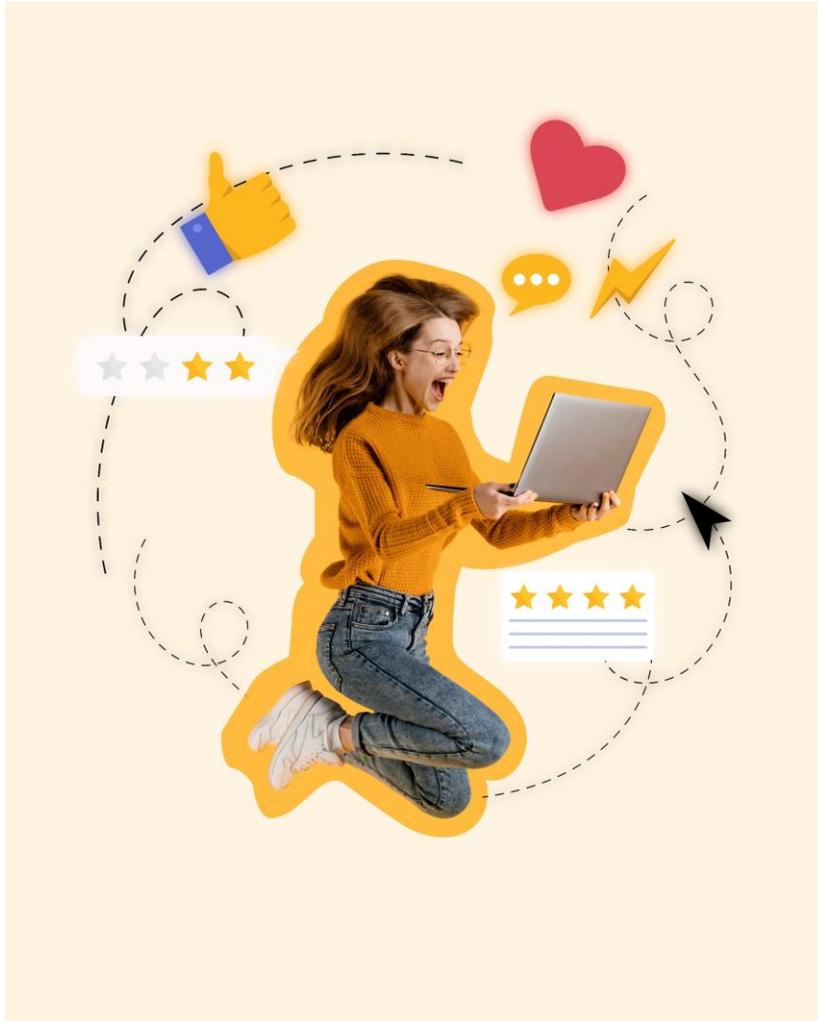
Une image **réinventée**

- Diversifier nos prises de paroles
- Sensibiliser sur des sujets qui font sens
- Positionner l'OT comme un expert de la destination
- Créer du lien avec les socio pros



**Encore un gros travail d'inventaire des sujets à mener**

# Un conseil à ceux qui voudraient se lancer ?



# FONCEZ !

Mais ayez en tête que ça représente un **temps humain conséquent**, et des compétences en interne bien spécifiques:

- **Excellente connaissance de la destination**
- **Rédaction**
- **Production photo et vidéo**

# Partir-ici.fr, montée en puissance au service de vos territoires



RÉVEILLER LES SENS,  
RETROUVER LE SENS,  
**RENAÎTRE ICI.**



# Quelques chiffres



# En 2022, la clientèle de proximité reste notre première clientèle et représente 29,2% de part de marché !

& tout pousse à croire que le tourisme de proximité et durable ne cessera d'augmenter



## Volet environnemental

La question environnementale a largement pénétré les consciences y compris pour le tourisme 🌱



## Volet économique

L'inflation et l'augmentation du prix de l'énergie impacteront le budget des ménages et incitera au **tourisme de proximité** (les longs courriers vont être fortement impactés) 📈



## Volet social

La période est difficile pour les êtres humains. On cherche à vivre des **émotions fortes, de partage** et à se sentir vivant 😊



# Merci pour votre engagement depuis plus de 2 ans

## Partage d'informations

- 2 webséminaires



- Plan d'action 2023 & Intégration des hébergements : **56 participants +17 replays**
- Collaboration dans nos actions : **62 participants + 27 replays**
- Des newsletters régulières à destination des offices (10/an en moyenne)
- Des rencontres terrain et visio avec les offices de tourisme et/ou les socio-professionnels (**Plus de rencontres à la demande des OT**)



## Challenge des Destinations 2023

- 2 sessions, 2 prix, 2 gagnants
- Critères basés sur la **qualité** des fiches Apidae
- Un vidéo du territoire à gagner ainsi que sa diffusion via une campagne sur YouTube Ads



# 5 300 activités & hébergements authentiques et hors des sentiers battus - 5 300 bravos !



Des **prérequis** travaillés avec l'ATES bien ancrés

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



Qualification des fiches (portrait et bonne pratique durable) avec les 2 sessions « **Challenge des destinations** »



**245** hébergements



# Evolution du tableau de bord d'autodiagnostic pour fluidifier la remontée des offres et vous faire gagner du temps

Filtrer les résultats : Exporter Réinitialiser

Echec  Réussi Validée Apidae :  Membre : Choix du membre

Type :  Dépt. :  Statut :  Mots-clés :  Rechercher... Filtrer

Office de Tourisme	Nom de l'offre	Type	Dépt.	Email	Statut	Score Env.	Score Eco.	Score Soc.	Score Final	Validée Apidae	
Office de Tourisme du Val de Drôme	Le Kumi Cottage (5722553)	HEB	26	info@legrandbois.fr	répondu	3	3	2	✓	Non	<span>i</span> <span>✉</span> <span>👁</span> <span>🗑</span>
Office de Tourisme de Vienne Condrieu Agglomération	Festival Jazz à Vienne (419835)	ACT	38	mdubus@vienne-condri...	envoyé	2	3	3	✓	Oui	<span>i</span> <span>✉</span> <span>👁</span> <span>🗑</span> <span>@</span>
Office de Tourisme de l'agglomération du Puy-en-Velay	Centre d'Enseignement de la Dentelle Aux Fuseaux (2802962)	ACT	43	enseignement@ladente...	envoyé	3	3	3	✓	Oui	<span>i</span> <span>✉</span> <span>👁</span> <span>🗑</span> <span>@</span>
Office de Tourisme de Val'Eyrieux - Ardèche Hautes Vallées	Espace VTT Val'Eyrieux - Monts d'Ardèche (4933311)		07	accueil@ardeche-hautes...	envoyé	2	2	2	✓	Non	<span>i</span> <span>✉</span> <span>👁</span> <span>🗑</span>
Clermont Auvergne Tourisme	La Patinoire de Noël (6734741)	ACT	63	contact@ville-clermont...	envoyé	-	-	-	⊙	Non	<span>i</span> <span>✉</span> <span>👁</span> <span>🗑</span>

Tableau de suivi pour les OT pour suivre la complétion des autodiagnostic pour le pro

AVRIL

SEPTEMBRE

Intégration des hébergements

Simplification et réduction du questionnaire pour le pro

Amélioration du parcours utilisateur (suivi mailing automatisé)



# La remontée d'offres qualitatives : un travail au long cours ensemble



## Nous sommes à votre disposition :

- Rencontres & ateliers organisés par les départements
- Points individuels avec chaque OT
- Rencontres et sensibilisation auprès des professionnels pré-sélectionnés sur votre territoire



## Accroître la notoriété du dispositif auprès des professionnels :

- Evènements thématiques autour du tourisme durable – Trajectoires Tourisme
- Rencontres organisées par les OT
- Webséminaire auprès des hébergeurs fin d'année 2024



# Blog - Une belle dynamique avec plus de 1 500 articles partagés par la communauté Partir ici

## La Team Partir ici

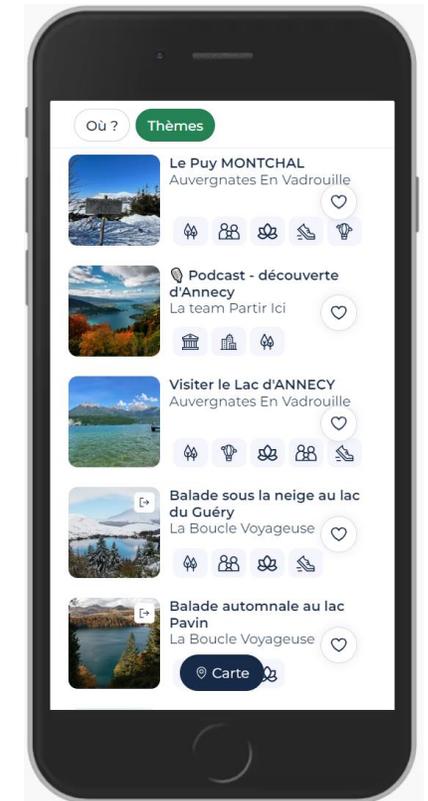
- 157 articles
- 18 articles co-rédigés avec les offices de tourisme

## Les offices de tourisme

- Plus de 200 articles partagés – bravo !
- 💡 Les articles renvoient vers votre site web = 📈 trafic

## Les éclaireurs

- 24 éclaireurs guides & experts
- 1200 articles partagés, 600 avis et 1400 stories
- Des micro-influenceurs qui parlent de nous sur leurs réseaux



# Stratégie marketing & plan d'action pour 2024



# Incarner notre promesse, promouvoir le tourisme local & durable à travers un nouveau site



## Durabilité

Accessibilité

Eco-conception

Valorisation de notre promesse

## Fidélisation des partenaires

Un site mieux référencé & consulté

Interface simplifiée (middle office)

Valorisation des Destinations



## Fidélisation des visiteurs

Gamification

Espace membre

Newsletter



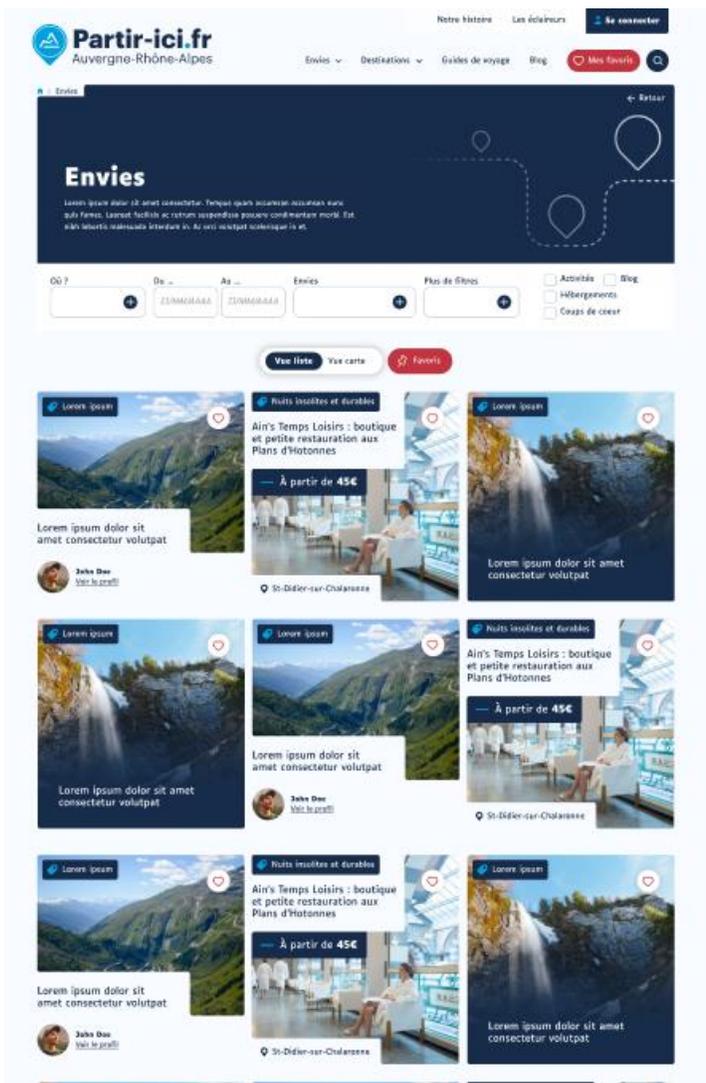
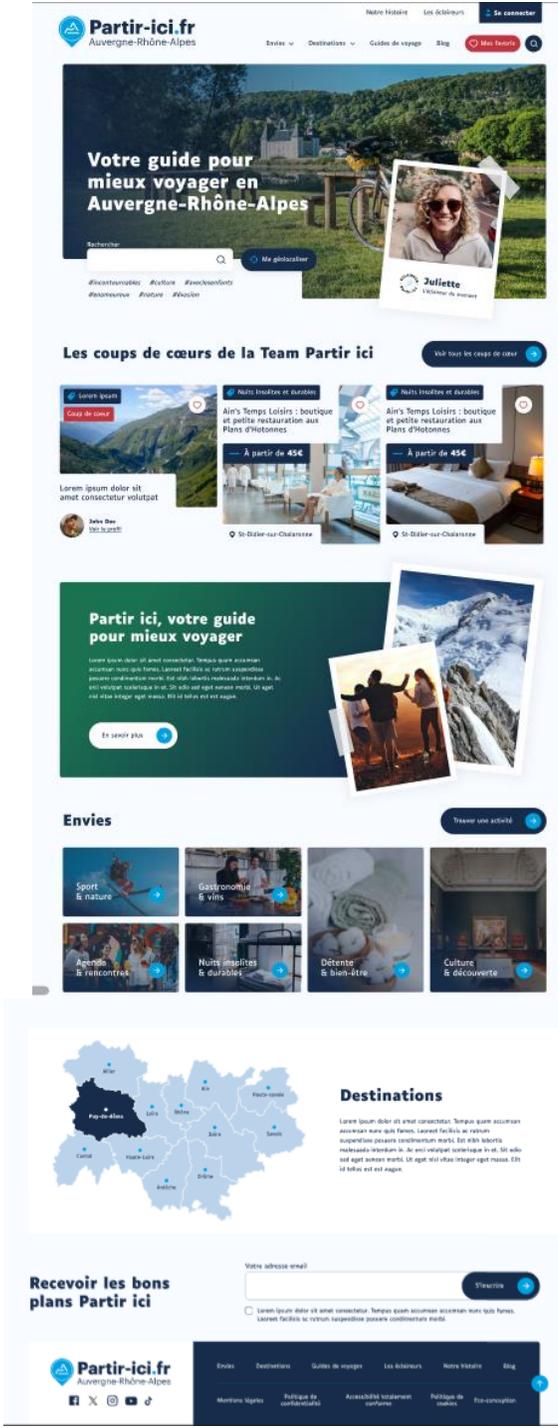
01/06  
Mise en ligne & lancement du  
plan de communication  
conséquent





# Un aperçu des maquettes, format mobile, en cours de finalisation





En format desktop



# Au cœur de la cible régionale, 4 personnes



**Le romantique**



**L'aventurier**



**La tribu**



**L'accueillant**

- ✓ Les habitants
- ✓ Les visiteurs déjà sur place



- Résonnance avec le calendrier globale ART ✓
- Harmoniser les prises de paroles & amplifier notre impact ✓
- Des partenariats inscrits dans les temps forts mensuels ✓
- Anticiper les besoins & faciliter la création de contenu ✓

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Univers AURAT										Short breaks		Montagne l'hiver
Univers Partir ici	Montagne hiver	Vacances d'hiver	Vive le printemps	Vacances à vélo	Itinérance	Vacances d'été responsables			Été indien gourmand	Culture et savoir-faire	Cocooning	Magie de Noël

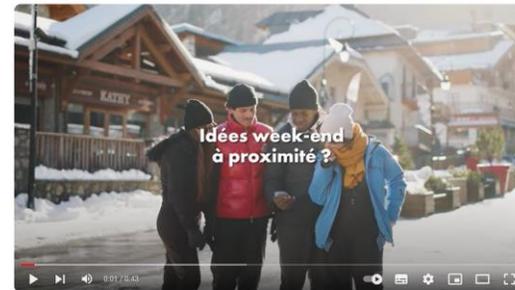
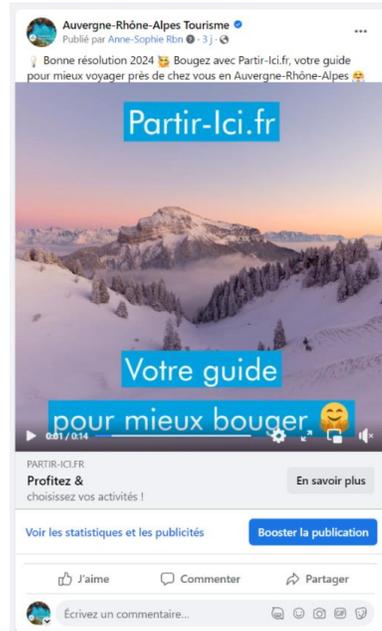


**Un plan média massif dès la sortie du  
nouveau site en juin**

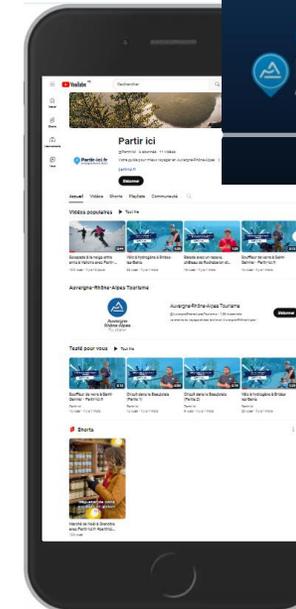


# 100k€ investis par l'ART pour assurer la notoriété de la marque & du site

## Fil rouge sur les réseaux sociaux



Escapade à la neige entre amis à Valloire avec Partir-ici.fr



# La majorité des actions sont à mener ensemble, **mutualisons** nos forces !

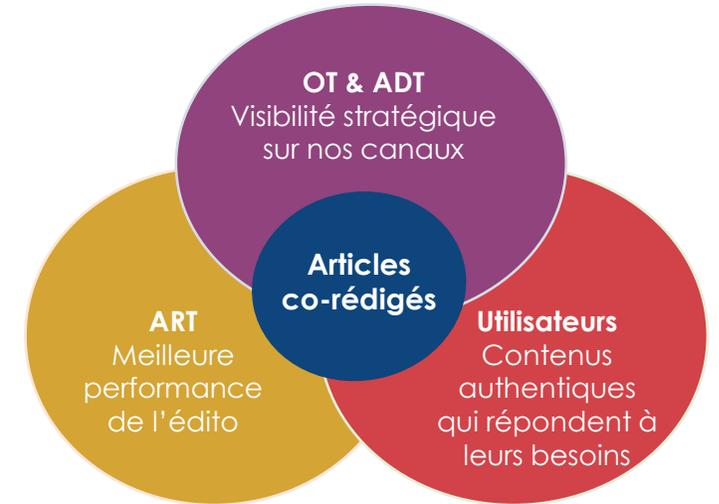
- 1- Co-rédaction d'articles de la Team Partir ici
- 2- Création & pack de contenu avec MX
- 3- Co-rédaction publi-rédac avec Lyon City Crunch
- 4- Publi-rédac dans Lyon Capitale
- 5- Publi-rédac dans la PQR Le Progrès
- 6- Campagne Meta – thème œnotourisme diffusé sur Facebook Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
- 7- Campagne Meta diffusée sur Facebook Auvergne Tourisme

 **Prérequis** : toutes les offres mises en avant doivent répondre aux prérequis [Partir-ici.fr](https://www.partir-ici.fr)

# Déjà 9 créneaux bloqués pour la co-rédaction d'articles, planifiez le vôtre, **c'est gratuit** ! 😊

## 2 raisons de collaborer :

- Création d'une escapade avec un positionnement durable et hors des sentiers
- Visibilité **gratuite** sur nos pages Facebook et Instagram lorsque c'est possible



**Les prérequis pour une co-rédaction :** Le sujet, un mix d'activités en lien avec nos 4 personae, un listing d'offres et des photos

**Cible :** Les communautés digitales de l'ART

**Période :** des créneaux tous les mois de l'année





# Bénéficiez d'une forte visibilité sur nos réseaux grâce à un contenu inédit & réalisé pour vous



## 3 raisons de collaborer :

- Un pack contenu : 2 vidéos Partir Ici + 20 photos + 4 réels, sont vous être propriétaire
- Bénéficier de visibilité
  - *sur notre page Facebook auvergne-Rhône-Alpes Tourisme ( 950 000 abonnés) = post boosté auprès d'une cible géographique définie ensemble*
  - *sur nos différents réseaux sociaux : TikTok, YouTube (shorts), Instagram (Reels)*
  - *à moyen terme car nous réutiliserons ces contenus dès que possible dans nos prises de parole & campagnes*
- Un prix très attrayant et la possibilité de co-financer avec d'autres offices

**Coût** : 1 250 €HT pour le partenaire / 2500€HT pour l'ART

**Cible** : régionale essentiellement

**Période** : à définir ensemble



## Corédigez un article & valorisez votre territoire et vos offres durables sur un web magazine à fort engagement



### 3 raisons de collaborer :

- Toucher le bassin urbain lyonnais : environ 555 000 pages vues par mois et 260 000 visiteurs uniques
- Bénéficier de visibilité sur les RS de Lyon City Crunch et leur newsletter :
  - Facebook (70 000 fans )
  - Instagram (32 000 abonnés)
  - Newsletter (16 000 abonnés – 40% de taux d'ouverture)
- Bénéficier d'un coût **imbattable** négocié pour le pack complet

**Coût** : 500€HT pour le partenaire / 830€HT pour l'ART

**Cible** : Bassin urbain Lyonnais – 30 ans et plus

**Période** : à partir de juin 2024



# Co-rédaction d'un publi-redac dans le numéro « Escapade »

## 3 raisons de collaborer :

- Un prix attractif pour une visibilité print et digital
- Le choix du dispositif mensuel (Rubrique escapades) ou annuel (Escapades ÉTÉ 2024) et de la répétition du message
- Une diffusion sur le print et le web (minimum 30 000 personnes touchées)

**Période** : à partir de juin 2024

**Cible** : urbain lyonnais – Famille – 40 ans et plus

**Coût** : 330€ pour 1/8 de page – **Tarif minimal** : 1000€

**Période** : mai, juin et/ou juillet

Les éclaireurs vous partagent leurs bons plans et coups de cœur. À chaque nouvelle aventure et loisir testés, ils rédigent des avis et postent des photos pour vous mettre dans l'ambiance avant même d'être sur place. Retrouvez toutes les activités et offres sur Partir-ici.fr et géolocalisez-vous pour découvrir toutes les pépites qui se cachent près de chez vous !



**Ardèche**  
**La Ferme de Bourlatier**  
www.bourlatier.fr  
Sagnon et Gaudouze  
"Quelle claque ! Perché sur la montagne ardéchoise, cette ferme typique de la région est en excellent état, en voyage dans le temps. L'architecture est incroyable", éclaireurs Lydie & Maxime Baude - Le Caillou aux Hiboux

**Drôme**  
**Caveau M. Chapoutier**  
www.chapoutier-ecole.com  
Tala-Hermilage  
"Dégustation de vins M. Chapoutier ! Expérience incroyable avec une sélection de vins absolument délicieux ! Mon préféré, le vin rouge 'Croses-Hermilage'", éclaireuse Louise, Ambrosia\_lifestyle

**Loire**  
**Restaurant Loïc Picamal**  
www.loic-picamal.com  
Vistby  
"Une belle adresse gourmande ! Tout est réuni pour passer un agréable moment : l'accueil, le service avec le sourire, une belle salle et bien sûr des plats faits maison, raffinés et excellents ! Un restaurant gastronomique avec un menu à partir de 29€ ! A rester sans hésiter", éclaireuse Marielle Chadler



**Savoie**  
**Yoga sur Paddle**  
https://missesoren.wixsite.com  
Aix-les-Bains  
"J'ai testé le yoga-paddle sur le lac du Bourget, face à la Dent du Chat, et je vous recommande chaudement Soren qui saura faire de cette séance un moment unique", éclaireuse Alexandra Debas

**Isère**  
**Domaine de Vizille & musée de la Révolution française**  
https://musées.isere.fr/musees/domaine-de-vizille-musee-de-la-revolution-francaise  
Vizille  
"Si vous passez du côté de Grenoble, ou vous recommandez fortement d'aller faire un tour au château de Vizille. Le parc du domaine est tellement beau et majestueux, qu'on y a passé une bonne partie de l'après-midi, ne nous laissant finalement plus le temps de visiter le musée. Tant pis, ça sera une prochaine fois... ", éclaireur Max Zed

**Cantal**  
**Visite du village de Salers**  
www.salers-tourisme.fr  
Salers  
"Un joli petit village au riche patrimoine où il est bon de flâner. Gros plus pour la visite guidée lors des Journées Européennes du Patrimoine qui permet d'accéder à des lieux privés aux points de vue magiques (ancien château, presbytère...)", éclaireuse Julie, La Boucle Voyageuse



**Haute-Savoie**  
**Les Thermes de Saint-Gervais**  
www.thermes-saint-gervais.com  
Saint-Gervais-les-Bains  
" quel coup de foudre ! Cette eau thermale est incroyable : 6500 ans de voyage à travers les entrailles du Mont-Blanc avant de sortir naturellement chaude à 39 degrés dans ce lieu idyllique", éclaireuse Ariane - Itinera Magica



**Puy-de-Dôme**  
**La Forêt des Arboris, Expérience Game**  
www.laforestdesarboris.fr  
Aydat  
"Au milieu de la forêt des Arboris, nous t'invitions à venir découvrir ce parc de loisirs éco-citoyen, pour les petits et grands. Nous avons eu la chance de découvrir l'escape game 'L'école des sorciers'. En équipe nous avons résolu les énigmes pour élaborer l'amitié ! L'équipe est super accueillante un réel plaisir de les avoir rencontrés !", éclaireuses Anais & Sandra, Auvergnates en Vadouille

En quête d'idées pour vos week-ends en Auvergne-Rhône-Alpes ? Entre bien-être, escapades sportives, gastronomiques ou culturelles, découvrez toutes les pépites qui se cachent près de chez vous ! **PARTIR-ICI.fr** Auvergne-Rhône-Alpes



## Co-rédaction d'une capsule dans le cahier « Où sortir ? »

### 3 raisons de collaborer :

- Mise en avant de vos offres au choix (visibles sur [www.partir-ici.fr](http://www.partir-ici.fr)) sur une pleine page
- Format print cahier « où sortir » = le rendez-vous hebdomadaire des lecteurs (diffusion 70 000) + web (diffusion 295 000)
- Choix de répétition hebdomadaire sur une période de 2 mois ou moins

**Coût : 400€** pour 1/8 de page. Tarif minimal 1200€

**Cible :** urbains lyonnais – Famille et seniors - 50 ans et plus

**Période :** juin et/ou juillet. 8 semaines de diffusion





# Valorisez vos territoires à travers les offres oenotouristiques

## 3 raisons de collaborer :

- Une campagne dont les contenus sont construits en collaboration avec nos équipes
- Une gestion des campagnes de bout en bout par nos équipes, de la conception au bilan, en passant par la modération = gain de temps 🕒
- Un ciblage sensible aux activités oenotouristiques pendant l'été

**Coût** : Un co-financement du partenaire à partir de 500€ par campagne

**Cible** : Cible régionale

**Période** : Été (juillet et août)





## Territoires de l'Allier, du Puy-de-Dôme, du Cantal et de la Haute-Loire

### Valorisez votre territoire et vos offres durables sur Partir-ici.fr en co-finançant une campagne Facebook auprès d'une cible auvergnate

#### 3 raisons de collaborer :

- Une campagne dont les contenus sont **construits en collaboration** avec nos équipes
- Une gestion des campagnes de bout en bout par nos équipes, de la conception au bilan, en passant par la modération = gain de temps 🕒
- Une campagne portée par la page Auvergne Tourisme, au fort potentiel de notoriété

**Coût :** Un co-financement du partenaire à partir de 1000€ par campagne

**Cible :** ciblage personnalisable, par défaut à destination des habitants des 4 départements de l'Auvergne, visiteurs de passage ou visiteurs réguliers en provenance des départements limitrophes de l'Auvergne

⚠️ *Partenariat exclusivement ouverts aux territoires auvergnats*



# 90 éclaireurs

## Une communauté de micro-influenceurs locaux

Des habitants....



Sensibilisés au tourisme durable  
Ayant une appétence pour la rédaction



Bénéficient d'une vitrine régionale  
& de récompenses tout au long de l'année





# Déjà 3 rencontres prévues en 2024! Co-organisons aussi un évènement éclaireurs...

## 3 raisons de collaborer :

- Bénéficier de visibilité sur leurs réseaux sociaux
- Valoriser les offres testées sur [www.partir-ici.fr](http://www.partir-ici.fr), grâce aux contenus rédigés sur le site
- Faire la connaissance des éclaireurs Partir ici pour de potentiels futurs partenariats
- Co-financement de l'ART **co-finance** à hauteur de **250€HT** maximum

**Cible** : les éclaireurs et leurs communautés digitales

**Période** : Toute l'année, les week-ends de préférence



# Questions/réponses

Votre contact : Marie Sturm



# C'est le moment de vous positionner !

Remplissez vos vœux  
pour des actions  
marketing mutualisées

2 min 



# La Communauté digitale, créons plus de synergies entre nous



RÉVEILLER LES SENS,  
RETROUVER LE SENS,  
**RENAÎTRE ICI.**



# Pourquoi une communauté digitale Auvergne-Rhône-Alpes ?

## Constat

- Certains événements nationaux sont l'occasion de rencontrer des partenaires régionaux pour la première fois (Rencontres e-tourisme de Pau par exemple)
- Besoin de créer des synergies pour nos actions de communication
- Besoin d'échanger sur des métiers en perpétuelle évolution
- Besoin de conforter ce choix par un questionnaire



RÉVEILLER LES SENS,  
RETROUVER LE SENS,  
**RENAÎTRE ICI.**

## Consultation offices de tourisme juin 2023

### Les réponses au questionnaire

- 82 réponses enregistrées – merci !
- Près de la moitié des répondants mettent déjà en place des actions mutualisées et 97% sont intéressés par des actions avec l'ART
- Actions inspirantes repérées comme pouvant faire l'objet d'un partage avec la communauté

# Le projet de communauté digitale Auvergne-Rhône-Alpes

Rassembler les community managers et chargés de communication digitale

- Dans une communauté en ligne : le groupe Facebook
- A l'occasion d'un événement en présentiel à l'automne 2024
- Lors de webséminaires

Travailler ensemble

- Sur des projets mutualisés
- S'entraider au quotidien



Communauté digitale tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes

🔒 Groupe (Privé) · 64 membres



+ Inviter

# Imaginer la suite ensemble

## Créer un collectif régional pour faire vivre ce projet

- **Objectifs du collectif :**
  - Identifier les bonnes pratiques et les collecter
  - Participer à l'organisation des différents temps forts (à déterminer : newsletter, webséminaire, événements selon vos disponibilités)
- Qui est **volontaire** pour rejoindre ce collectif ? Contact : Ghislaine Borie – [g.borie@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:g.borie@auvergnerhonealpes-tourisme.com)
- **Les modalités sont à imaginer ensemble en fonction des contraintes des uns et des autres**
  - Besoin de la validation de vos hiérarchies respectives

# Comment échanger sur nos bonnes pratiques ?

**Cela sera un sujet du collectif !**

## Constat

- Groupe Facebook créé en septembre 2023 : peu de visibilité et d'engagement

## Solutions ?

- Newsletter dédiée mettant en avant vos initiatives ? Réurrence à décider ensemble
- Webséminaire ? Quelle régularité ? Par ex, deux par an avec des intervenants OT
- L'événement annuel ?

# Idées de sujets inspirants et Formats : votre avis ?

## Sujets :

- Site Web : utilisation de Matomo, l'éco-conception, l'accessibilité...
- Intelligence Artificielle
- Nouveaux canaux de communication : WhatsApp, Threads, Bluesky : Y aller ou pas ?
- Traitement des sujets RSE sur le digital (gestion des flux, etc.)
- Progrès score (témoignage d'OT comme Pont d'Arc aujourd'hui)
- Programmatique : comment ça marche ? Pour quels résultats ?
- Marketing d'influence et UGC...

## Format interactif :

Pour chacun de ces sujets, l'idée est de proposer des cas concrets (zoom sur un OT par exemple), retours d'expérience avec 2 ou 3 partenaires sur le positif et négatif, invitation d'un expert ou d'une agence spécialisée, benchmark d'outils, le lien avec les formations Trajectoire Tourisme...

## Animateurs :

l'ART, soit le pro (agence) avec 2 ou 3 témoins (OT, CDT, ART, partenaires)

A scenic photograph of two hikers standing on a rocky mountain peak. The hiker on the left is wearing a purple jacket and black leggings, while the hiker on the right is wearing a grey t-shirt, pink shorts, and a hat. They are both looking towards the camera. The background features a vast mountain range with snow-capped peaks and a valley below. The sky is blue with scattered white clouds.

**Merci de votre  
attention**



**Auvergne  
Rhône-Alpes**