



RENAÎTRE ICI



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

RÉUNION PROMOTION DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX

17 avril 2020



Les Parcs naturels régionaux de la Région Auvergne Rhône-Alpes

RENAÎTRE ICI

- 1/ Introduction et rappel de la stratégie montagne et Parc du CRT**
- 2/ Présentation du contexte avec la convention entre le CRT et l'APARA**
- 3/ Tour de table sur les stratégies, attentes, besoins et priorités de chaque PNR**
- 4/ Echanges**
- 5/ Conclusion / Prochaines étapes**

RENAÎTRE ICI

- **Réfléchir collectivement à la façon de promouvoir les Parcs**
- **Identifier vos besoins et attentes en matière de promotion**
- **Voir comment le CRT peut vous accompagner au mieux, de façon collaborative**



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

RENAÎTRE ICI

- Le positionnement du CRT pour un tourisme bienveillant

- Stratégie Montagne du CRT orientée autour de 4 axes :

- Encourager le renouvellement générationnel des clientèles – Familles et jeunes (via le dispositif Génération Montagne et des événements type Fête de la Montagne)
- Développer une offre « montagne toutes saisons » attractive, principalement en moyenne montagne et l'été
- Conquérir les clientèles et élargir la fréquentation touristique aux ailes de saison
- Favoriser la mise en réseau et les synergies entre les partenaires et territoires, autour de la stratégie montagne et des actions d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

- Une richesse des Parcs, dont les valeurs (éco-tourisme, éducation, respect des milieux naturels et culturels, tourisme durable) font écho à notre stratégie et aux attentes des clientèles, notamment intra-régionales.



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



RENAÎTRE ICI

**LA CONVENTION D'OBJECTIFS
PLURIANNUELLE AUVERGNE-RHÔNE-
ALPES TOURISME - APARA**

30 janvier 2020



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

RENAÎTRE ICI

UNE VOLONTÉ DE PARTENARIAT

Un partage de valeur et d'objectifs concrétisé par un partenariat officiel et pluriannuel.

Qui doit permettre d'identifier et de mettre en œuvre des actions communes ou complémentaires.

3 grands champs de collaboration ont été définis :

- Valorisation de la montagne 4 saisons, accessible à tous et partagée (destination touristique et territoire à vivre),
- Emergence de la « Destination Parcs »,
- Développement de l'itinérance.



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



RENAÎTRE ICI

SYNTHÈSE DU TOUR DE TABLE DE CHAQUE PNR

- **Stratégie**
- **Attentes et besoins**
- **Idées d'actions collectives**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

RENAÎTRE ICI

- Questionnements sur le rôle d'un PNR en matière de promotion touristique / Pas de moyens humains, financiers voire de compétences
- Pour la majorité des PNR, appui sur une structure de promotion externe, soit créée spécifiquement (OT du Parc) soit existante (OT Destinations, ADT)
- Grande attente vis-à-vis des partenaires départementaux et régionaux (ADT et CRT)



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

ECOTOURISME, APN ET CLIENTÈLES DE PROXIMITÉ

PNR	Stratégies / Positionnement	Cibles
Aubrac	Valorisation des patrimoines bio-culturels et des activités de pleine nature sur 4 saisons / Actions auprès des habitants / Maîtriser les flux de visiteurs	Excursionnistes et courts séjours , passionnés APN/Culture, clientèle jeune / Cible locale et nationale
Baronnies Provençales	Communication plutôt tournée vers les habitants et les nouveaux arrivants / Etude stratégie touristique et gouvernance à venir / Filières APN, bien-être, astronomie	Cibles par filière / proximité-intrarégional, national / marchés UE (ALL, BEL, HOLL, GB)
Bauges	Spécialité « tourisme de découverte des patrimoines », géotourisme (label Unesco Géoparc) / tourisme 4 saisons	Excursionnistes à 70 % / Cibles famille, jeunes, sportifs
Chartreuse	Plateforme de marque - Slow tourisme / Nature préservée, paysages, histoire, patrimoine / Identité forte / Questionnements sur l'hiver	Excursionnistes et courts séjours / Clientèles de proximité et urbaines / APN et culture / couples et familles
Haut-Jura	Intégré au collectif Montagnes du Jura / Positionnement écotourisme à affirmer / Montagne douce et accessible	Cible famille / Intrarégionale, nationale (IdF et HdF) / marchés UE de proximité (HLL, BEL, ALL)
Livradois-Forez	Créer de nouvelles expériences (apprendre, partager, échanger, rencontrer... faire en apprenant) autour de 3 lignes : apprentissage / detox / nouveaux modes de vie. Travail sur une marque de destination	Famille / Couples urbains sans enfant /Seniors actifs / Sportifs en mode découverte /Résidents secondaires Cible intrarégionale et nationale
Monts d'Ardèche	Valorisation des grands espaces préservés de moyennes montagnes et d'un accueil authentique en « complément » de l'offre ardéchoise majoritaire très concentrée sur le Sud Ardèche et les Gorges / Filières APN, itinérance, nature, art contemporain, patrimoine	Clientèle déjà en séjours / Sportifs, randonneurs / Amateurs d'art contemporain et de géologie Cible intrarégionale / court séjour Ailes de saisons
Pilat	Positionnement autour des APN (notamment vélo et itinérance) et de l'oenotourisme / Marque de territoire	Clientèles selon filières Hyper proximité
Vercors	Marque territoriale Inspiration Vercors / Positionnement écotourisme, territoire à vivre, offres transversales / Valeurs de transmission, protection, liberté, ressourcement	Clientèles régionales, nationales, européennes Par filières : loisirs, patrimoines, art de vivre, curieux, micro-aventures immersives) / Objectif de générer du séjours (60 % excursionnistes)
Volcans d'Auvergne	Positionnement fort sur l'écotourisme et la transition écologique / Volcanisme, agritourisme, APN-Itinérance et 4 Saisons / tourisme expérientiel / Marketing territorial et relationnel	Clientèles en séjour et les habitants / proximité / intrarégionale

BESOINS EN PROMOTION, MAIS ÉGALEMENT EN INGÉNIERIE

PNR	Promotion	Ingénierie
Aubrac	Plus de visibilité de la destination PNRs dans la destination AURA. Rendre visible le PNR de l'Aubrac en AURA. Le territoire du PNR de l'Aubrac est sur les Régions AURA et Occitanie, ce qui est un atout pour les 2 destinations régionales.	Formation, partage de connaissance
Baronnies Provençales	Coordination entre les différents échelons touristiques, car peu de moyens du Valoriser la filière éco-tourisme, notamment sur les RS, comme en 2019 / quid valorisation des offres du Parc situées sur Région Sud ?	Implication du CRT dans l'étude stratégie marketing et gouvernance à venir Accompagnement à structuration et à la qualification de l'offre éco-touristique Production d'études marketing, organisation de journées thématiques et formations
Bauges	Actions collectives de communication valorisant l'écotourisme, le tourisme durable et le géotourisme	Travail sur le marketing de l'offre / Conception de produits touristiques Formation des acteurs (sociopro et techniciens des Parcs)
Chartreuse	Reconduction des actions menées en partenariat comme on l'a fait l'année dernière sur les réseaux sociaux ou en réaliser de nouvelles / Nombreuses questions sur actions du CRT sur presse, accueil d'influenceurs, actions BtoB, permettant de promouvoir les PNR	Questions sur apport du CRT en matière d'ingénierie / accompagnement Observatoire touristique, veille / Quid devenir de la GTA, en lien avec ANCT ? Questions sur organisation des PNR en lien avec APARA, articulation avec démarche de la fédération, avec la marque VP, portail Géotrek
Haut-Jura	Intégration dans des actions collectives de promotion (type salon), Promotion spécifique sur le produit touristique « Vélo Jurassic Tours »	Poursuite des journées collectives
Livradois-Forez	Développer l'image et la notoriété des Parcs comme destination touristique en lien avec le projet Destination Parc / Mettre en avant une offre de produit/expériences en lien avec le positionnement des Parcs « utopie rurale » / Valoriser l'offre de randonnée et des APN (à travers l'application commune des parcs : Géotrek)	Besoin en terme de design de l'offre, en cohérence avec le positionnement du Parc
Monts d'Ardèche	Valoriser les PNR comme destination possible de court ou moyen séjours pour les clientèles intrarégionales / Accompagnement sur des actions communes à fort impact (ex campagne d'affichage).	
Pilat	Aide à la visibilité de la destination « Parc » : en infra régional / sur certaines filières (itinérance, vélo...)	Besoins d'observation et d'études, sur l'itinérance et autres APN Soutien aux qualifications des professionnels (numérique, mise en marché...)
Vercors	Approche globale « Parc », avec nécessaire concertation sur une approche vers les clientèles régionales	Approche territoriale en direct avec Inspiration Vercors : conservation du lien direct entre le PNR et le CRT
Volcans d'Auvergne	Participation du CRT à la comm et promo, relais sur les RS à poursuivre Campagne de valorisation des PNR, cible régionale	Données d'observation sur les clientèles, pour adapter les outils Accompagnement du CRT sur la nouvelle stratégie partagée sur éco-tourisme Intervention du CRT auprès des équipes digitales des PNR, pour montée en compétence sur l'animation des RS

RENAÎTRE ICI

Deux champs d'action ressortent en matière de promotion :

- Valorisation de l'offre éco-touristique (tourisme durable, slow tourisme, mobilité douce ...)
- Valorisation des APN et de l'itinérance (notamment via l'outil Géotrek)

Clientèles cibles prioritaires :

- Locale / Infrarégionale
- Nationale

Ces cibles de clientèles seront croisées avec les cibles structurelles Familles et Jeunes, en cohérence avec les deux champs d'action ci-dessus.



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

RENAÎTRE ICI

Principales propositions d'actions en matière de promotion :

- Actions à fort impact (médias, affichage, campagnes digitales) mettant en valeur les PNR de façon égalitaire, valorisant globalement la destination PNR (notoriété) et les offres (consommation)
- Editions et médias : revue régionale sur l'action des PNR, guides touristiques (Routard, Petit futé...)
- Valorisation des Parcs sur les outils digitaux du CRT (site web, RS)
- Participation collective à des salons et événements (BtoC et BtoB) ou représentation des PNR par le CRT lors d'actions BtoB
- Mutualisation et promotion de l'offre rando-itinérance via un portail régional fusionnant les solutions Géotrek de chaque Parc
- Accueil d'influenceurs (dans le cadre de Génération Montagne, ou autre)
- Partage de contenus photos et vidéo



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

RENAÎTRE ICI

Principales propositions d'actions en ingénierie :

- Etude à mener rapidement pour mesurer la notoriété de la destination AURA comme destination éco-touristique, puis ajuster le plan de communication
- Construire un référentiel commun pour créer / adapter les produits touristiques (ex pour les offres liées aux patrimoines naturels et culturels)
 - Lancer ensuite un appel à projet ?
- Actions de professionnalisation à destination des techniciens (PNR et OT) et des sociopro :
 - Animation des réseaux sociaux
 - Conception de produits touristiques
 - Mise en marché
- Accompagnement à la structuration, qualification et design de l'offre
- Observation / études clientèles

Pour info :

[Etudes existantes sur le site pro du CRT](#)
[Veille documentaire du CRT](#)



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

RENAÎTRE ICI

Méthode et outils proposés :

- Réalisation d'un plan de communication mutualisé entre les PNR et le CRT pour les 3 prochaines années avec une déclinaison spécifique à court terme sur le tourisme intra régional (notamment depuis la crise).
- Principe de mutualisation de moyens, permettant un effet levier (1 € dépensé par les Parcs est doublé par le CRT)



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

RENAÎTRE ICI



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

ECHANGES



RENAÎTRE ICI



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

PISTES DE TRAVAIL

➤ Portail Géotrek

Un objectif sans doute accessible pour créer un espace de valorisation régional des initiatives territoriales rando/APN : entrée forte régionale sur APN ?

➤ Campagne digitale Montagne été – cible intrarégionale famille

Une des actions citées dans la convention, avec des niveaux de participation variables selon les PNR.

➤ Etude / Observation

Etude de notoriété / fréquentation / attentes des clientèles sur les APN et vision des PNR comme destinations éco-touristiques : voir la pertinence et le périmètre des études (tous les PNR, chaque PNR...).

➤ Accompagnement à la structuration, qualification et design de l'offre

En cohérence avec le positionnement et les stratégies éco-touristiques menée par les PNR et le CRT.

➤ Visibilité Parcs sur le site du CRT

Peu de visibilité actuellement. Les fiches Parcs doivent à minima être mises à jour et complétées. A noter que la stratégie de communication BtoC du CRT s'appuie principalement sur les réseaux sociaux et moins sur un site web grand public.



RENAÎTRE ICI

CONCLUSION

RENAÎTRE ICI

Proposition d'un plan de coopération global et consolidé pour 2020 – 2021 :

- **Pour répondre au mieux à vos attentes, selon les priorités définies.**
- **Dans le cadre d'un plan relance du tourisme régional.**
- **Sans remettre en question les liens et actions bilatérales entre le CRT et certains PNR**

➤ **Calendrier technique prévisionnel :**

18 mai : envoi d'une proposition au réseau des Parcs

25 mai : validation technique par le réseau des Parcs

30 mai : validation finale commune



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



RENAÎTRE ICI



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

D'ICI LÀ, QUELQUES RAPPELS

Actions déjà engagées qui seront poursuivies :

- Valorisation des refuges sur ligne éditorial Facebook : attentes de vos retours, suite au mail du mars 2020
- Action presse suite à l'annulation du Salon du randonneur :
 - Proposition d'un dossier de presse plus dense, avec la description des Parcs (textes déjà envoyés)
 - Complété de 2 à 3 idées d'offres de séjour ou d'activité pour chaque Parc

> Date limite : 28 avril 2020

「」
MERCI
」」



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme