

Marchés des Long-Courriers

BIENVENUE

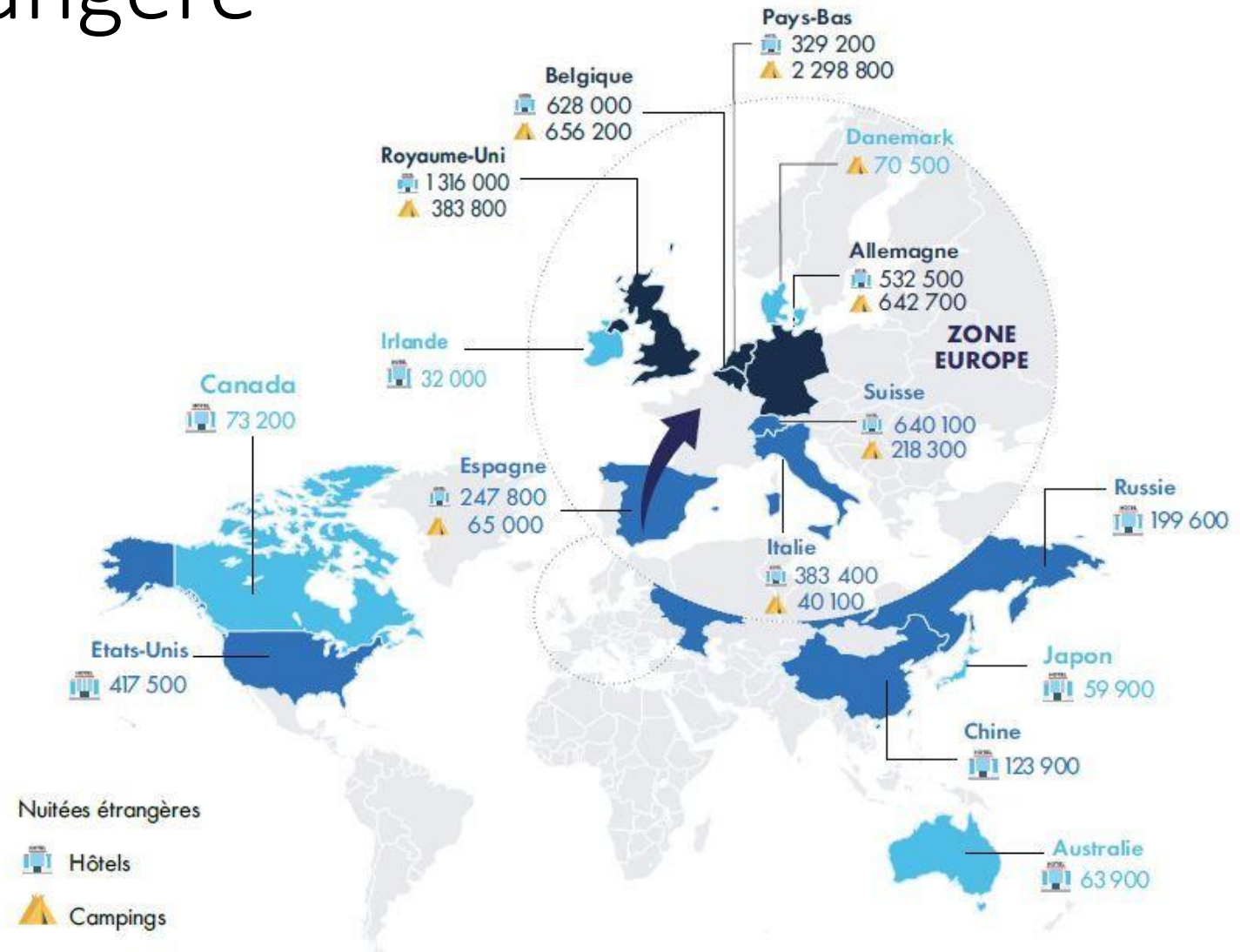


SOMMETS DU TOURISME 2019

08 octobre
**RENCONTRES
PARTENARIALES**
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
TOURISME



La clientèle étrangère



Marchés long-courriers



Volume

+ de 1 million de
nuitées hôtelières

données

+ 358% moyen orient
+ 172% chine
+ 63% usa
+ 51% canada

- 7% Russie
- 43% japon

En 6 ans

opportunités

+ Classe moyenne +
pouvoir d'achat

Axe nord / sud

Marques mondiales

Nouvelles tendances
FIT

Déploiement aérien

risques

Nouvelles
destinations +
Rupture
générationnelle

Nouvelles lignes
aériennes outgoing

Cibles et enjeux



Leviers marketing

Notoriété

pour faire connaître

Image

pour faire aimer

Attractivité

pour faire venir

Consommation

pour faire découvrir

Marchés cibles

USA - Canada

Bresil

Russie

Proche Orient

Inde

Moyen Orient

Japon – Corée

Chine

Thématiques

« Grand tourisme »,
« must do », axe N/S

Art de vivre, culture,
gastronomie et
oenotourisme

Outdoor, grands
classiques, y compris
évènementiel

Services transverses

Equipe marchés

Services supports

Etudes programmation, clients

Formations /Trajectoire

Information / Apidae

Actions Multi-marchés



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Actions multi-marchés



Gd Ski

Janvier
476 TO

Rdv en France

Mars
950 TO

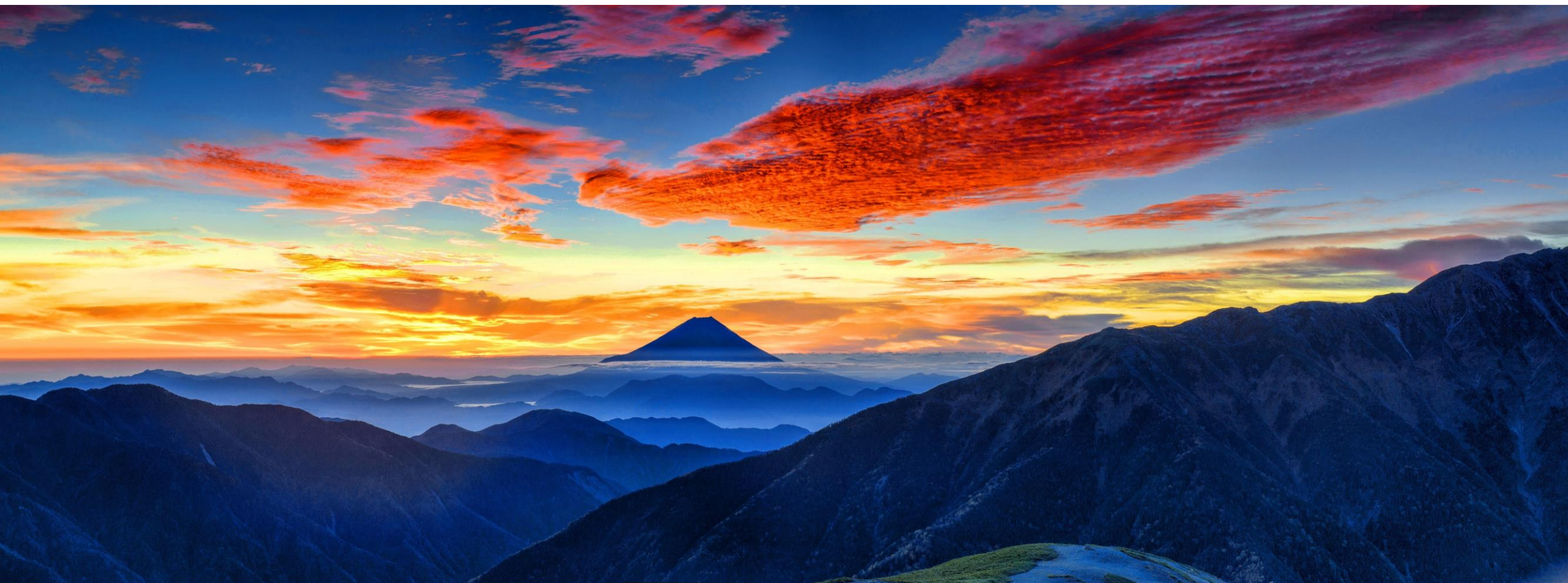
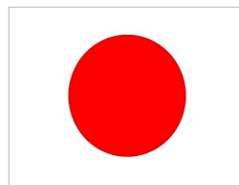
Destination Vignobles

Octobre
150 TO

Opportunités

Green France, Cycling summit,
EuroMed, plateforme groups,
grands évènements

Marché Japon - Corée

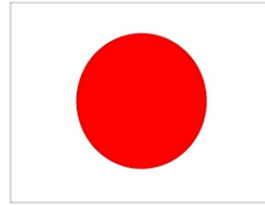


**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Japon



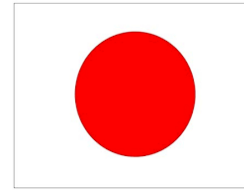
France: 1ère
destination en Europe
pour le Japon (550k
visiteurs)

Clientèles de repeaters
avec moyenne de
séjour 6 à 7 nuitées

Taux d'intermédiation
60%

AURA, 3ème
destination pour les
touristes japonais

Cibles et enjeux



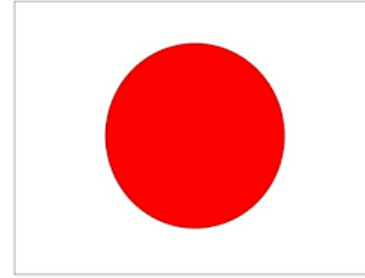
Seniors, couples,
groupes et FIT

Thématique: nature,
mountain sightseeing,
activités,
culture/**patrimoine**
(villes, villages),
gastronomie,
œnologie ...

Plan de relance pour
diversifier notre
programmation

Promotion
des highlights et de
nos destinations plus
confidentielles hors
sentiers battus

Actions spécifiques



Etude de la Programmation
AURA sur le marché Japon le
04/11/2019 à Chamonix et
le 05/11/2019 à Clermont
Ferrand ou Lyon

Workshop SAKIDORI Tokyo-
Osaka du 25 au 29 mai 2019

Accueils media &
influenceurs et éductours
d'agences en région
(printemps, été, automne)

Marché Corée du Sud



France: marqueur social, excellente notoriété, 1ère destination pour les coréens en Europe (600k visiteurs)

Clientèles individuelles en forte croissance +45% en 5 ans à la recherche de nouvelles destinations et expériences authentiques

Thématiques fortes : nature, paysages, gastronomie & vins, sites culturels, patrimoine, festivals, sports..

AURA, 4ème destination pour les touristes coréens après Paris, Normandie et PACA

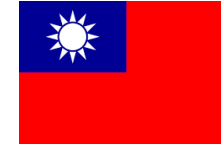
Enjeux et actions prioritaires

Etude de la Programmation AURA sur le marché Corée : rendu au printemps 2020

Workshop France DAYS in Séoul début juin 2020

1/Campagne réseaux sociaux
2/Accueil media & influenceurs
3/éducteur d'agences en région (printemps, été, automne)

Marché Grande Chine

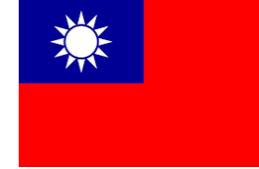


**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Grande Chine



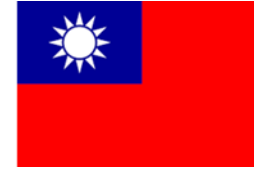
France, 1^{ère}
destination des chinois
en Europe (2.2 millions
visiteurs en France)

123 900 nuitées
hôtelières en 2018 en
Auvergne Rhône Alpes

AURA, 3^{ème}
destination visitée par
les touristes chinois en
France

+131% en 6 ans

Cibles et enjeux



Seniors, familles, groupes
d'amis (30-45 ans)

Clientèle Millenials à la
recherche d'une **expérience**
authentique et différente

Activités : nature /
paysages, authenticité du
territoire, sports d'hiver,
cyclotourisme, événementiels,
tourisme urbain, patrimoine,
shopping, oenotourisme...

Actions spécifiques



**Opération
French Alps en
Chine avec
Kols, TO/AGV et
Ski Clubs –
mars 2020**

**Salon WWSE
Beijing mi-Oct
2020 avec
conférence de
presse et
soirée**

Workshop TFC
Tourisme
France Chine
23 au 27
Novembre
2020 avec
démarchage
Hong Kong-
Taiwan

**Campagnes
digitales sur les
réseaux sociaux
chinois Weibo
et Wechat tout
au long de
l'année**

**Campagnes
digitales sur
les réseaux
sociaux
chinois
Weibo et
Wechat
tout au long
de l'année**

**Formation des
partenaires**

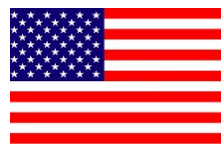
**Déploiement
solutions
paiement**

**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme**

Marché Amériques



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Amériques



EU : 1ère clientèle lointaine en France avec 4,8 millions d'arrivées en 2018.

AURA : 1ère clientèle long-courrier et 5ème clientèle internationale en nuitées hôtelières

AURA : +60% de nuitées hôtelières en région en 5 ans

Canada: un peu moins d'1 million d'arrivées en 2017.
Première destination européenne pour le Québec.

AURA : 3ème région en termes de nuitées hôtelières derrière l'île-de-France & PACA

AURA + 37% en 6 ans

Cibles et enjeux



EU : 80% couples (40-70 ans) -
CSP +. 93% sont des repeaters

Recherche d'expériences
authentiques – patrimoine, Art
de vivre

Marché moyennement mature
- Objectif d'image : faire aimer à
travers des opérations BtoB et
BtoC

Canada : couples, jeunes
seniors et retraités - CSP +

Apprécie d'éviter l'attraction
touristique – recherche de
tranquillité et de détente. Les
francophones sont plus fidèles.

Marché moyennement mature
– Objectif d'image. Faire aimer
à travers des opérations BtoB &
BtoC

Actions spécifiques



BtoB : Workshop TO + Démarchage
/Séminaire agents de voyage : San Francisco, Portland, Seattle du 21 au 23 octobre.

Workshop tournée région **AURA** –
Formation agents de voyages des villes secondaires Canadiennes (Novembre).

Mountain Travel Symposium, Squaw Valley, Californie (27 mars/02 avril). **ExpoSki**, Sao Paulo

Accueils media et influenceurs toute l'année, individuels et groupes.
Workshops presse New York (octobre) , Montréal & Toronto (novembre)

BtoC. Opération spécifique Vallée de la gastronomie aux Etats-Unis.
Campagne digitale Canada francophone.

Marché Inde



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Inde



La France : 1^{ère}
destination en
Europe

4 millions de nuitées
hôtelières

taux de
croissance de +7%

+ 100 000 indiens
par an

Cibles et enjeux



Dinks, couples (45-65 ans
ou honeymooners) et
familles (petits groupes)

Et business (cinéma)

Clientèle FIT de plus en
plus avertie - séjours
originaux (+30%) et
Groupes (destinations très
spécifiques)

Activités : visites des must-
do, nature/montagne,
beaux paysages, shopping,
loisirs/parcs, événementiel
(Tomorrowland)

Actions spécifiques



Accueils et éductours :
influenceurs,
TO/agences, presse
spécialisée.

Content maketing
spécifiques avec des
distributeurs (marques,
voyagistes...)

Workshop France
sep/oct 2020 ciblant
TO/Agences FIT (coût
approx : 3 500 euros)

Démarchages et
accompagnement
personnalisés sur les
villes principales

Marché proche et Moyen-Orient



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



Marché Proche-Moyen orient

France, 3ème
destination loisirs

+165% en 6 ans
(240 700 nuitées
hotelières)

Taux
d'intermediation
45%

Clientèles familles,
tribu ou groupe
d'amis

Cibles et enjeux



Liban: proximité culturelle et destination naturelle

Clientèles de repeaters, haut de gamme (couples, familles, amis..)

Taux d'intermédiation élevé

Moyenne de séjour **14 jours**

Turquie: 300 K visiteurs en France

Clientèles 25-44 ans (hommes d'affaires, familles, couples, amis)

2 pics de vacances: Janvier et Juillet

Réservation online

Durée moyenne 3 à 6 jours

**Très bonne desserte
aérienne** vers GVA et LYS

Actions spécifiques

Salon Grand Ski Janvier 2020 et
Rendez-vous en France 2020

SOMMETS
DU TOURISME 2019

Roadshow Turquie & Liban mi-
novembre 2020

Eductours TO et agences et
accueils de presse, influenceurs



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Cibles et enjeux



Emirats Arabes Unis: clientèles
locales & expatriés haut de
gamme
Vols directs vers LYS et GVA

Koweït: les plus mobiles du
M.O avec 4 voyages par an
Clientèles haut de gamme
(Dec/Jan, Fev, 3 mois en été)
Forte demande (montagne,
lacs, villes avec shopping)

Arabie Saoudite: Clientèles
haut de gamme et classe
moyenne
Clientèle jeunes/scolaires pour
summer camp ou classe de
neige avec apprentissage de
langues
Séjour longue durée

Actions spécifiques

Salon Grand Ski Janvier
et Salon RDVFRANCE Mars 2020

Workshop France Marhaba
mi-Avril 2020

Contenu destination AURA
sur Site internet
@France.fr_ME
en arabe

Actions spécifiques Israël



Les Israéliens sont de grands voyageurs ! **2018 : près de 8,5 millions de voyages à l'étranger** pour une population de 8 million d'habitants.

La France a accueilli un peu moins de 700 000 israéliens en 2018, La part de marché pour Lyon est de 9%. **Lyon, est la seconde destination des israéliens après Paris.**

De 2 à 4 vols hebdomadaires directs entre tel Aviv et Lyon avec Transavia et 3 pour Eaysjet. Près de 40 000 israéliens transitent par Genève pour se rendre dans les Alpes françaises.

Webseminaire - Jeudi 24 octobre – en direct de TEL AVIV, les clés pour travailler ce marché.

La région AURA, invitée d'honneur à Tel Aviv, semaine de la gastronomie "So French, so Food" - **IMTM Méditerranée** - 11 & 12 février-Workshop pro et grand public.

Workshop France (novembre) Workshop Ski & Montagne (septembre)
Accueil presse et influenceurs

Marché Russie - Ukraine



**SOMMETS
DU TOURISME 2019**



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Marché Russie Ukraine



1^{ère} clientèle ski hors
marchés Europe pour
AURA

AURA, **TOP 3** des
destinations de la
clientèle russe en
France avec **199 550**
nuitées hotelières

+22% augmentation
par rapport à 2016
Bonne desserte
aérienne vers notre
région

Durée Moyenne de
séjour 8,1 jours
Taux d'intermédiation
en baisse

Cibles et enjeux



Couples et familles
Connaisseurs (repeaters)

Thématiques:
ski (53% en hiver), culture et
patrimoine 18%, tourisme
gourmand 9%, thermalisme 5%

Nouvelles tendances:
packages ski combinés avec
séjour tourisme urbain

Actions spécifiques



Janvier 2020: Accueil de 15-20 journalistes et influenceurs en stations de ski

Mai 2020: **Workshop France printemps à Kiev-Moscou**

Oct 2020: **Événement Sports d'hiver** pour lancer la saison hiver avec workshop, soirée Grand Public et campagne digitale

Marchés Long-Courriers

En conclusion :

- Nos marchés dits « fonds de commerces » toujours excellents
- Des opportunités réelles
- Un ROI sur un horizon 2 ans minimum

C'est ouvert à tous, c'est accessible et nous présentons des approches personnalisées, de leviers intéressants et avec une équipe formidable !

BIENVENUE



SOMMETS DU TOURISME 2019

08 octobre
RENCONTRES
PARTENARIALES
AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES
TOURISME



Nous
contacter



Christian Douchement

Responsable des marchés internationaux et Promotion Montagne

E-mail : c.douchement@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Mob : +33 (0)6 34 90 80 29

Rachel Gregoris

Chargée de promotion longs courriers

Asie, Moyen Orient, Russie

E-mail : r.gregoris@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Mob : + 33 (0)6 87 71 90 41



Corinne RENARD

Chargée de promotion longs courriers

Amériques & Israël

E-mail: c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com

+ 33 (0)4 73 29 49 71 / Mob : + 33 (0)7 86 51 83 75



Barbara BREHERET

Chargée de promotion longs courriers

Marché Indien

E-mail : b.breheret@auvergnerhonealpes-tourisme.com

Mob : + 33 (0)6 11 22 81 63

