

PLAN DE RELANCE

ZOOM **sur le plan de relance** **Séquence 2** **Automne 2020**

Poursuite de la mise en œuvre du plan de relance pour

- la relance de l'économie touristique régionale
- la nécessité de faire évoluer notre développement pour une croissance durable et responsable

Version au 4 septembre



1. Relancer **la consommation touristique sur notre Région** pour assurer la survie des acteurs touristiques et des emplois & territoires associés
2. Accélérer la transition vers un **tourisme bienveillant** en lien avec les enjeux environnementaux , économiques et sociétaux
3. Poursuivre la mise en œuvre des **actions de fond de la politique touristique régionale** : études ; labélisation ; ingénierie ; assistance technique ; formation professionnelle

Objectifs :

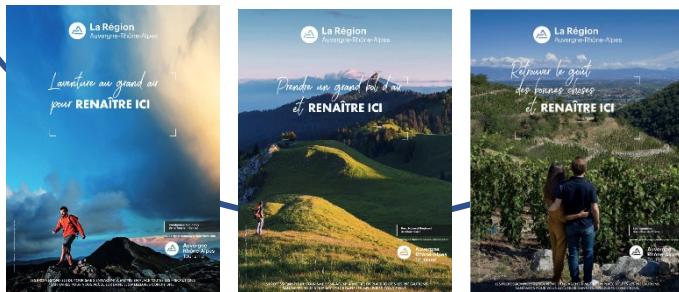
1. Inscrire notre Région comme une destination durable (nouveaux indicateurs de performances)
2. Retrouver le niveau de PIB touristique historique (2019) en 2022

DÉPLOIEMENT EN CERCLES CONCENTRIQUES

- 1 - Clientèle intrarégionale
- 2 - Clientèle nationale
- 3 - Europe
- 4 - Moyens et long-courriers

COMMUNICATION MEDIAS ET DIGITALE GLOBALE NOTORIÉTÉ / IMAGE

Créer une visibilité massive pour créer un environnement favorable et renforcer toutes les communications ciblées et spécifiques



Communications affinitaires

Outdoor / Art de vivre & terroirs / Tourisme urbain et d'affaires / Hébergements – restauration / Sites de visite / Bien-être thermal
Campagnes digitales, partenariats médias et online

Communications Destinations (dont Auvergne)

Partenariats médias en France et en Europe

Promotion, stimulation des ventes, distribution

Promotion des offres régionales sur les plateformes de réservation France + International (BtoC)
Campagnes digitales (brand content + push produits)
Référencement de l'offre auprès des agences de voyages françaises (BtoB)
Poursuite des actions BtoB à l'international

Phase 1 – Juin à décembre 2020 / Phase 2 – janvier à juin 2021 / Phase 3 – juin à décembre 2021

COMMUNICATION MEDIAS (TV/AFFICHAGE/PQR/RADIO) ET DIGITALE AU NATIONAL ET RÉGIONAL



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

+



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

← Juin – Août

Septembre – Octobre

Novembre – Décembre →

Séquence 1

Nature / Montagne été / bol d'air / sites emblématiques & locomotives
Excursions + Vacances

Priorité cible intrarégionale
(« restezchezvous ») et nationale
(« venezchezvous »)

Séquence 2

**Envie de loisirs et de plaisirs épicuriens retrouvés avec
La gastronomie, l'oenotourisme, les escapades urbaines, les sites de visites et de loisirs.**

Cibles intrarégionales et nationales.
Relance Europe
Escapades / courts séjours et vacances
Toussaint

Séquence 3

(en cours de négociation)

Montagne hiver, la magie de Noël, des fêtes.

Cible intrarégionale, nationale et internationale



INCITATION DECOUVERTE : MARKETING DIRECT AVEC LE PASS TOURISME
STIMULATION OFFRE ET RELANCE DES FLUX : PARTENARIAT MARKETING AVEC LA DISTRIBUTION, LES OPÉRATEURS PRIVÉS, LE TRANSPORT ET LES COMPAGNIES AÉRIENNES
SOLIDARITE : FONDS DE DOTATION (EX : MONTAGNE SOLIDAIRE)

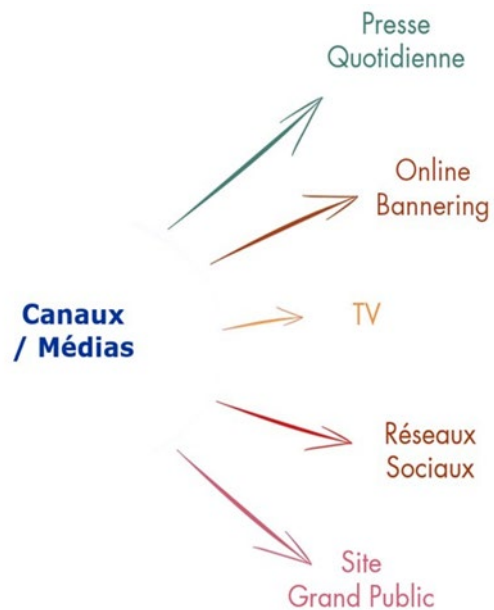


Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

PLAN MÉDIA

**Du 1^{er} septembre au
10 novembre**

PARLER À TOUS, EN S'ADRESSANT À CHACUN



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



Cibles / séjours

Tribus + Couples

Courts séjours
Escapades



Marchés Auvergne-Rhône-Alpes



Familles

Vacances de Toussaint



PACA, BFC, Languedoc Roussillon (digital uniquement)
Ile de France, Suisse Romande

PLAN MEDIA

STRATEGIE : PLURI MEDIA - PRINCIPE : « DRIVE TO WEB » - DE L'INSPIRATION À L'INFORMATION

REGIONAL

Du 03 septembre au 31 octobre

TV Sponso Météo du soir



france.3

Presse
régionale



le dauphiné

LE PROGRÈS

LA MONTAGNE

E L L E



20
minutes

LYON

LE FIGARO

NATIONAL

Presse nationale

Télérama

L'OBS



Le Point

M
Le Monde

Terre de Vins

SUISSE ROMANDE

Genève : Affichage tram couplé
insertions presse quotidienne

Tram Cityrunner



LE TEMPS



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

LES CHIFFRES CLÉS

MEDIA EN CAMPAGNE



1 mois de **sponsoring météo en Prime Time 20h exclusif sur France 3** en Auvergne Rhône-Alpes.

(FR3 Grand Rhône + Auvergne + Alpes)



Permettra de couvrir sur 5 semaines **40% en moyenne des plus de 35 ans** sur AURA. Ils verront en moyenne 8,2 fois nos messages.

PRESSE



22 pleines pages de publicité en **Presse Magazine Nationale et Régionale.**

48 pages sur **2 suppléments** en Presse Magazine Régionale
4 parutions dans la **Presse en Suisse Romande**

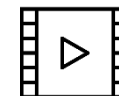
1 mois de total covering de **Tramway à Genève**

Ces parutions représentant :
1 395 552 exemplaires en Presse Magazine nationale
1 307 135 exemplaires en Presse Magazine régionale
776 143 exemplaires en Presse Quotidienne régionale sur AURA
et **277 367** exemplaires en Suisse Romande

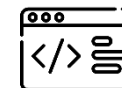
DIGITAL MEDIA



Plus de **4 836 364** contacts sur nos cibles seront distribués sur cette vague.



1 200 000 expositions de vidéo vues sur les sites replay des principales chaînes de TV françaises



3 636 364 expositions en bannières, grandFormats et habillage de sites Presse

- 11 landings pages
- Des campagnes digitales sur facebook et Instagram
- Des campagnes programmatiques pure players web
- Des partenariats éditoriaux avec des médias digitaux
- Des territoires co-financeurs pour amplifier les dispositifs
- Soutien avec les communautés Facebook et Instagram

AUTRES OPÉRATIONS AFFINITAIRES ET ACTIONS DE PROFESSIONNALISATION

TOURISME URBAIN & SITES DE VISITES

Campagne Expédia destinations urbaines
Campagnes digitales sites emblématiques

OUTDOOR

- Actions & festival micro aventure Chilowé
- salon Le Roc d'Azur
- Création portail Auvergne-Rhône-Alpes sur France Vélo Tourisme
- Lancement des outils de communication et développement de la notoriété de la véloroute Via Allier
- Podcasts épisodes randonnée Volcans et Fleuve Rhône

THERMAL & BIEN-ETRE

Campagnes digitales
Communication presse & supports spécialisés

ART DE VIVRE & TERROIRS

- Hors-série Terre de vins spécial Auvergne-Rhône-Alpes à l'automne
- 24 pages spécial Escapades gourmandes d'automne dans le Figaro régional
- Lyon tasting les 10 & 11 octobre
- Promotion Vignobles & découvertes + fascinant week-end
- Campagnes digitales Gastronomie & restauration
- Podcast épisode Vignobles

HÉBERGEMENTS & LABELS

- Salon des CE Lyon les 15 & 16 septembre
- Cercle des financeurs & création des « Rendez-Vous de l'Hébergement »
- Salons et supports spécialisés & accueil influenceurs Tourisme & Handicap
- Commission régionale Tourisme & Handicap
- Accompagnement territoires H+ (avec la Région)

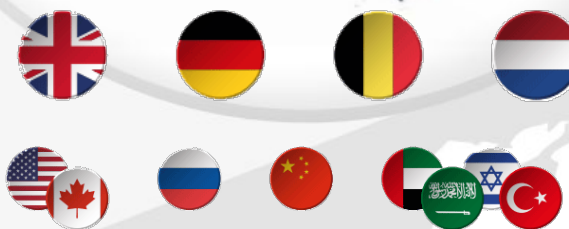
FORMATION – PROFESSIONNALISATION

- Catalogue de 150 formations dont une partie adaptée à la situation Post-Covid
- Accentuation des formations à distance (digitales)
- Organisation webséminaires & ateliers
- Conception de formations sur-mesure



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

LA STIMULATION DES VENTES ET SOUTIEN A LA RELANCE À L'INTERNATIONAL



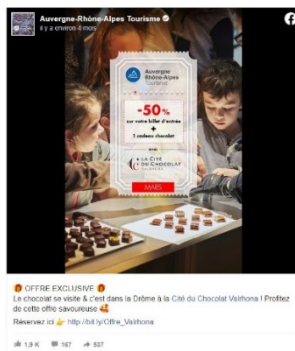


ACTIONS BTOC

Campagne digitale intrarégionale avec les hôtels Accor de la région

Posts Facebook week-ends pour relancer la fréquentation de proximité toute l'année

Dispositif Fans toute l'année (reprise septembre)



ACTIONS BTOB

Agences de voyages France :

Campagne inspirationnelle et push séjours et packages régionaux en partenariat avec les agences réceptives

#partezenfrance avec Tour Mag (juin 2020 – Mai 2021)

Village régional au **Salon IFTM** Top Résa à Paris avec la mobilisation des opérateurs régionaux en recherche de distributeurs en France (novembre) 17 partenaires.

Echos Touristique – Tirés à part offres réceptives en AURA

Outils BtoB France + Europe :

Lancement de la plateforme de vente en ligne spécifique Auvergne-Rhône-Alpes-Tourisme Getyourgroups en partenariat avec le voyageur allemand TourenService (juillet 2020)

OTA, opérateurs de vente en ligne en France et à l'international : Campagne de promotion et de conversion **France et Europe au profit des villes régionales** (Lyon, Clermont, St Etienne, Grenoble).

Partenaires Villes, Atout France et Expédia. Thématiques : city et short break, vacances et week-ends toussaint et ambiance Noël. Budget mobilisé 480 k€.



ACTIONS BTOC



Octobre - Décembre



Campagnes digitales Europe



Septembre - Février



Campagnes digitales avec appel à partenariat

ACTIONS BTOB

Tour-opérateurs : Workshops virtuels en Belgique, Pays Bas, Russie, USA, Japon et Brésil. **Work shop présentiel** Israël actuellement en présentiel. Mise en place **d'actions conjointes de stimulation des ventes BtoBtoC** pour l'hiver et le printemps prochain sur une logique de co-investissement (AURAT + destination ou hébergeurs régionaux + TO) (ex. **PAC Group Russie, WAS Japon, Weski Israel, Boonski China, etc.**

Médias internationaux : Workshops presse en Europe et US en lien avec Atout France, les professionnels et les destinations régionales. Accueil médias sur l'automne toujours maintenus.

Réceptifs internationaux : Démarchage, placements de produits des réceptifs régionaux, accompagnement à la mise en marché, fourniture d'éléments techniques et Eductour. (ex. Mikky Travel, TUI..)

Compagnies aériennes : actions marketing conjointes, formations vendeurs. / stand by pour l'instant.