

#ET

15

les rencontres
nationales
du tourisme

F2 : UN TOURISME BIENVEILLANT HOLISTIQUE



LIONEL FLASSEUR
CRT AUVERGNE RHÔNE-ALPES

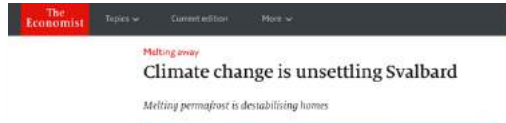


FRANÇOIS PERROY
AGITATEURS / EMOTIO TOURISME

DE
L'ACCEPTATION

...

AU REJET



DE LA **BONNE CONSCIENCE ...** AUX **ASPIRATIONS PROFONDES**

59% des Français
préfèrent le
train à
l'avion pour des
raisons écologiques

79% des Français
souhaitent davantage
de **produits
équitable**s

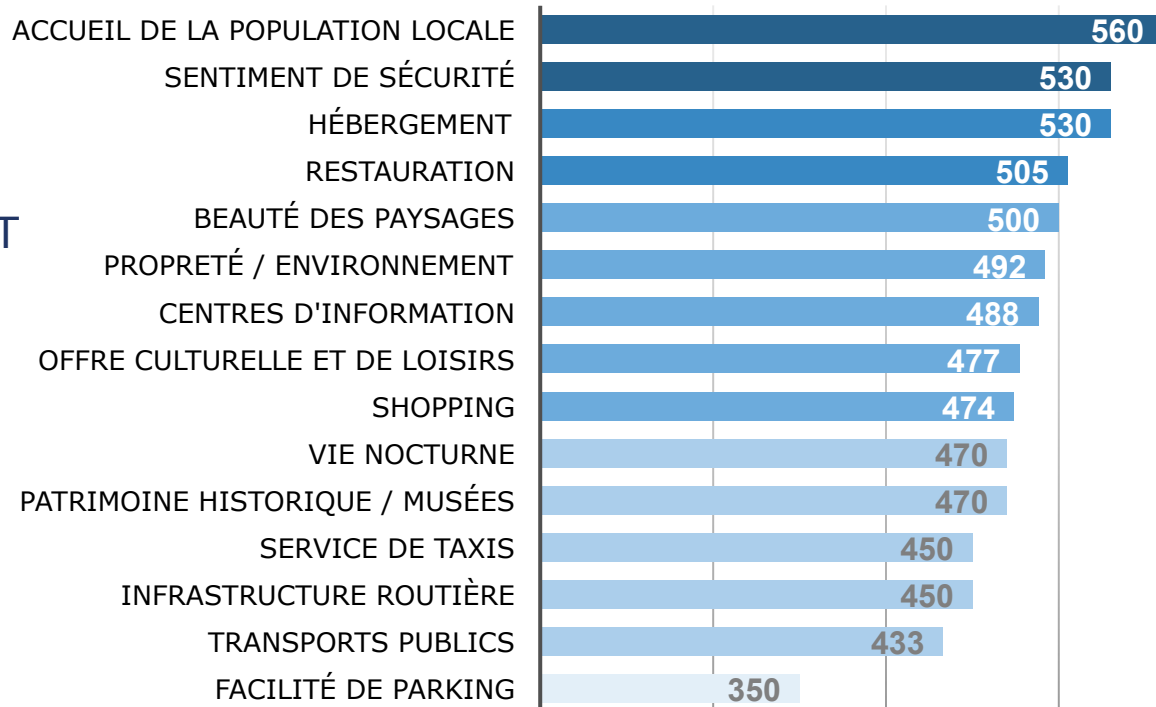
7 Français / 10
sont prêts à
payer + cher
pour du local et du
Made in France

**Manifeste étudiant pour un
réveil écologique**

56% des consommateurs français **souhaitent que
les entreprises prennent position** sur
les questions sociales, culturelles et environnementales.



... QUI REDESSINENT
**LES PRIORITÉS
DE L'EXPÉRIENCE
TOURISTIQUE**
RECHERCHÉE



TCI RESEARCH mai 2018



NOTRE VISION **POUR UN TOURISME BIENVEILLANT**

S'INSCRIT DIRECTEMENT DANS
CES ÉVOLUTIONS PROFONDES...

POUR DOTER NOTRE TERRITOIRE
D'UN AVANTAGE DIFFÉRENCIANT.



LA MATRICE DU TOURISME BIENVEILLANT

- Transport
- Recyclage
- Transition énergétique
- Biodiversité

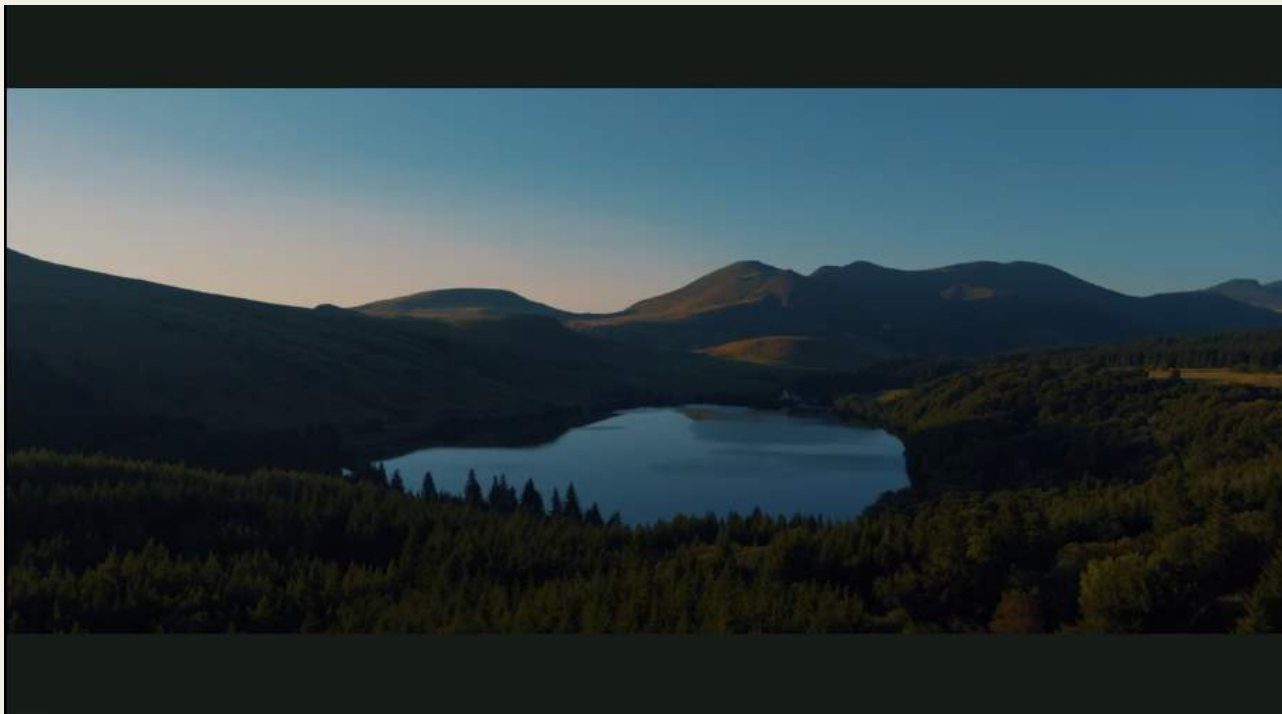
- Respect des saisons
- Adaptation aux évolutions climatologiques



- Soutenir la création d'emplois pérennes
- Encourager les compétences et retombées locales

- Offre inclusive
- Rapport visiteur/habitant
- Eviter l'overtourisme

LE FILM VISION



5 LEVIERS

— Un manifeste

— Un fonds de dotation

— Des formations à distance

— Une plateforme d'emploi

— Des offres « fans » exclusives

Une vision orientée
TOURISME BIENVEILLANT
pour un tourisme +

Concerné

Engagé

Agile

Attirant

Partagé



Un manifeste

Pour un tourisme plus concerné

VISION

DÉCLARATION

DÉMARCHE
PARTAGÉE

ENSEMBLE



— Un fonds de dotation

→ Pour un tourisme plus *engagé*



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

MÉCÉNAT

**INTÉRÊT
GÉNÉRAL**

ÉTUDES ET
ACTIONS

INCLUSIF

DURABLE

SYNERGIES

— Des formations à distance

→ Pour un tourisme plus *agile*



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

ONLINE

PERSONNALISÉE

ADAPTÉE

ACCESSIBILITÉ

FLEXIBLE

IMPACT CARBONE
RÉDUIT

ÊTRE LA SOLUTION

— Une plateforme d'emploi

→ Pour un tourisme plus *attirant*



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

VIE
PROFESSIONNELLE

FACILITATEUR

VALORISATION

FILIÈRE

CONNEXION

IDÉES REÇUES

— Des offres « fans » exclusives

→ Pour un tourisme plus *partagé*



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

FAIRE
DÉCOUVRIR

COMMUNAUTÉ

AMBASSADEURS

LOCAL

PROXIMITÉ

Ambition

ÊTRE DANS LE TOP 5 DES RÉGIONS TOURISTIQUES EUROPÉENNES À 5 ANS



NOS MISSIONS



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme



#ET

15



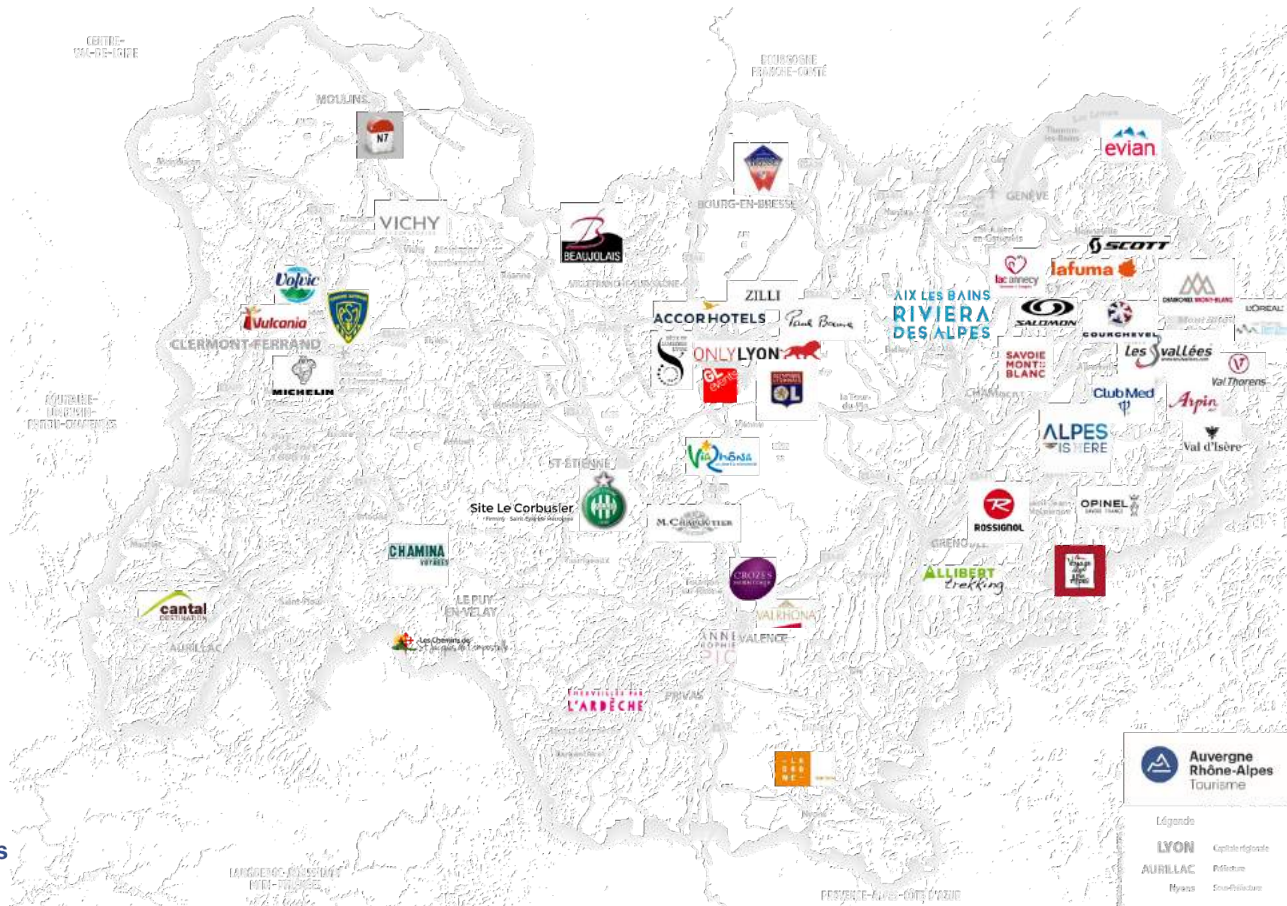
Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Cap sur 2020



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Valoriser / accompagner les territoires ou les marques pour une meilleure répartition des flux touristiques



Valoriser / accompagner les territoires ou les marques pour une meilleure répartition des flux touristiques

Destinations	THEMATIQUES						METIERS						MARCHES			
	Montagne	Art vivant	Nature	Itinérance	Bien-être	Hébergement	Obs.	Dvpt.	Prof.	Data	Digital	Com.	France	Europe mature	Europe En dev.	Long courrier
AIN	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓			✓			
ALLIER		✓	✓	✓	✓	✓		✓					✓			
ARDECHE		✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓			✓	✓	✓	
CANTAL	✓	✓		✓				✓			✓		✓			
DRÔME	✓	✓		✓		✓	✓			✓			✓	✓		✓
ISERE	✓		✓			✓	✓	✓		✓						
LOIRE			✓	✓		✓	✓	✓		✓						
HAUTE-LOIRE			✓	✓		✓		✓	✓							
PUY-DE-DÔME	✓		✓	✓	✓	✓		✓								
RHÔNE		✓	✓			✓	✓									✓
SAVOIE-MT-BLANC	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									✓
LYON		✓				✓										✓



Marketing social

- 3 objectifs : inspirer, amplifier, rediriger.
- 3 principes : social, mobile, vidéo.
- 3 indicateurs : nombre de fans, taux d'engagement, nombre de vues.

#baromètres

1 1 0 0

Les destinations touristiques sur les réseaux sociaux en France

← Août 2019 →

Capture rectangulaire

Régions Département Villes et Offices Montagne Destinations étrangères



	★ Score	f Facebook		Instagram	Twitter
Régions	Score WLT	Fans	Taux Eng.	Followers	Followers
1 Auvergne	538 ↗	341775	3,54 % ↗	40721	12408
2 Auvergne-Rhône-Alpes	512 ↗	627683	1,44 % ↗	78898	13634
3 Ile de La Réunion (FR)	493 ↗	579678	1,48 % ↗	67115	21343
4 Côte d'Azur	474 ↗	347605	0,47 % ↗	100922	35591



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

#ET

15

MERCI DE VOTRE ATTENTION



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

#ET

15