



L'ACTU

numéro 14 • juillet / août 2013

Lettre d'information
 du Comité Régional de Développement
 Touristique d'Auvergne
pro.auvergne-tourisme.info



Les mobinautes recherchent de l'information chez eux, au travail, dans les transports, à toute heure, sur leur Smartphone comme sur leur tablette ! La promotion touristique doit donc s'adapter à ces nouveaux usages.

C'est tout l'enjeu du nouveau dispositif mobile régional mutualisé qui vient s'inscrire dans la continuité des démarches partenariales et des outils partagés entre le CRDTA et les acteurs touristiques institutionnels de la région.

L'objectif est d'assurer une continuité de services rapides, simples et efficaces tout au long du séjour. Pour répondre aux différents besoins, le dispositif s'articule autour d'un site mobile auvergne.travel (adapté pour Smartphones et tablettes) et de plusieurs applications: Auvergne Outdoor, Auvergne Trip et Auvergne Dream (compatibles Android et iOS).

Le site mobile auvergne.travel couvre la majeure partie des besoins de découverte de l'offre touristique au travers des « incontournables » à la préparation du séjour.

Auvergne Outdoor est une application Smartphone dédiée à l'itinérance et à la pleine nature pour faciliter la pratique de la randonnée à pied, à VTT et en vélo de route.

Un nouveau dispositif mobile de promotion touristique de l'Auvergne !

Auvergne Trip est une application Smartphone qui se présente comme un guide touristique pour consulter l'offre touristique hors connexion et un compagnon de voyage pour « capturer » des souvenirs de vacances.

Auvergne Dream est une application de séduction pour tablettes. Développée dans un premier temps en anglais, elle sera particulièrement utile aux conseillers en séjour ou agents de promotion sur les salons professionnels, pour mieux séduire et convaincre les voyageurs et prospects.

Le site mobile auvergne.travel et l'application AuvergneOutdoor sont disponibles dès maintenant. Les applications AuvergneTrip et AuvergneDream seront lancées à la rentrée.

En matière de promotion, il s'agit principalement de promouvoir le site mobile et l'application Auvergne Outdoor auprès des touristes en situation de mobilité sur le territoire auvergnat dès la saison estivale 2013. Les principaux leviers s'articuleront autour de campagnes

Google Adwords et Facebook sur mobiles et d'encarts promotionnels géolocalisés sur les applications Pages Jaunes et Mappy. La réussite de la promotion dépend beaucoup de l'implication des partenaires institutionnels et professionnels du tourisme qui gagneront tous à promouvoir localement le dispositif mobile. À cet effet, **un kit de communication** sera mis à leur disposition: affiches, stickers et chevalets de comptoir avec l'impression de QR codes pour orienter directement les mobinautes vers les contenus mobiles appropriés.

Le dispositif mobile mis en œuvre par le CRDTA couvre un ensemble de fonctionnalités, de supports mobiles et de services à l'intention des partenaires, pour une promotion touristique mutualisée et cohérente. Au cours de leurs déplacements dans la région, les mobinautes resteront ainsi connectés à l'offre touristique auvergnate sans la contrainte de télécharger autant d'applications mobiles que de territoires visités.

OPEN TOUR 2013

L'Open Tour reprend du service avec **deux forfaits** permettant aux jeunes de 15 à 25 ans de sillonner l'Auvergne à bord du réseau TER régional. Du 1^{er} juillet au 31 août, ces forfaits, d'une validité **d'une semaine (15€) ou d'un mois (45€)**, sont en vente dans toutes les gares et boutiques SNCF de la région. En 2012, près de 4000 forfaits avaient été délivrés. Cette opération menée par la Région Auvergne, la SNCF et le CRDTA est une façon originale de favoriser la mobilité des jeunes et ainsi leur faire découvrir les attraits touristiques auvergnats.

NOUVEAU ROADBOOK MOTO

Le CRDTA complète son offre moto et met en place un **circuit week-end**. Il s'agit d'offrir aux motards non seulement un parcours moto inédit reliant les plus beaux spots d'Auvergne mais également d'indiquer les hébergements et offres de services autour de l'itinéraire. Le motard pourra préparer son week-end en toute autonomie, prévoir ses visites et réserver ses hébergements. Ce produit permet d'aller encore plus loin dans le positionnement de l'Auvergne comme territoire à la pointe de l'accueil des motards.

TOURNAGE DE SEPT NOUVEAUX FILMS « PLEINE NATURE »

Fort du succès remporté par les neuf films « On a testé... en Auvergne » produits l'été dernier par Montagne TV, le CRDTA et ses partenaires relancent le tournage d'une nouvelle série de sept films courts de quatre minutes ! Au programme, un format identique mais de **nouvelles thématiques** : parapente, VTT, géocaching, randonnée équestre, randonnée avec un âne et activités nordiques. En complément de ces tournages, un film sera produit sur **quatre événements de sports nature** pour donner envie au grand public et aux professionnels de venir découvrir ce fabuleux terrain d'aventure qu'est l'Auvergne !

Deuxième édition du workshop nature GreenFrance dans le Massif central

Le 14 octobre prochain, le Polydome de Clermont-Ferrand accueillera la deuxième édition de GreenFrance, la journée professionnelle du tourisme, organisée par Macéo et le CRDTA avec l'ensemble des partenaires du Massif central et le soutien d'Atout France. GreenFrance est le seul **workshop spécialisé « tourisme de nature » en France**.

C'est aussi une journée destinée à proposer des solutions de développement pour les entreprises touristiques grâce à un **programme de conférences** pratiques et variées et un **salon des fournisseurs éco-responsables**.



Très concrètement, le workshop est destiné à **promouvoir et commercialiser** l'offre des différents prestataires touristiques du Massif central, auprès de **professionnels étrangers et français**.

L'objectif : réunir **70 acheteurs** internationaux et français spécialisés dans les **vacances actives**

de nature et les **séjours bien-être** et **70 prestataires** touristiques du Massif central (hébergements, prestataires d'activités, agences réceptives...).

Le workshop est basé sur le principe de **rendez-vous pré-programmés**, à la fois par les distributeurs étrangers (Tour-opérateurs) et les exposants du Massif central.

Afin de soutenir la mise en marché de l'offre auvergnate, le CRDTA prend en charge :

- **30% de la participation au workshop des hébergeurs et agences réceptives**,
- **50% de la participation au workshop des prestataires d'activités de pleine nature**.

DES RELATIONS PRESSE FRUCTUEUSES

Plusieurs accueils ont donné lieu à de belles parutions dans la presse nationale : *Version Fémina*, *Le Parisien magazine*, *Télé Loisirs*, *Grands reportages*... Des dossiers de presse et communiqués sont régulièrement réalisés et diffusés à un fichier « cœur de cible ». Les rencontres presse de la FNCRT (trois fois par an), constituent un moment privilégié pour entretenir les liens avec les journalistes. **19 articles** sont déjà parus dans la presse nationale et 9 accueils de journalistes sont à venir.

À l'étranger, plusieurs **tournées médiatiques** ont eu lieu en **Suisse**, en **Allemagne** et en **Italie**,

générant dix accueils en Auvergne essentiellement sur l'art de vivre et le patrimoine.

En **Belgique**, une agence de communication se charge de promouvoir la destination auprès des journalistes wallons et flamands : trois journalistes dont une équipe TV de la RTBF ont été accueillis en 2013 et deux sont en cours.

Sur le **marché néerlandais**, le workshop presse organisé par Atout France Pays-Bas a permis de rencontrer près de cinquante journalistes, donnant suite à trois accueils individuels et un accueil groupe pour cet été. La télévision néerlandaise RTL4 reviendra

en septembre pour un reportage sur l'Auvergne à vélo! Les sujets traités concernent le bien-être et les activités de pleine nature originales.

Sur le **marché indien**, l'accueil de Rishad MEHTA a généré un premier article paru dans le « in flight magazine » de Jet Wings qui fait partie de la compagnie aérienne Jet Airways, très connue en Inde.

Pour la **Grande-Bretagne**, le médiateur de mars a permis de rencontrer plus de quarante journalistes et quatre d'entre eux ont été accueillis en juin, sur le thème des « Gourmandises d'Auvergne en Haute-Loire ».

À LA CONQUÊTE DU MARCHÉ ITALIEN

Selon l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), **«un point de retournement dans le cycle économique commence à se profiler» en Italie**: alors que l'affaiblissement de la croissance va se poursuivre dans les autres pays de la zone euro, le pays transalpin constitue une exception positive.

Troisième économie européenne, l'Italie dispose d'une importante composante industrielle (20% de sa valeur ajoutée) et d'un tissu de PME qui fait sa force à l'exportation. Le tourisme compte pour 10% du PIB Italien.

(Source : Atout France)

Fort de ce constat, **L'Auvergne souhaite développer sa notoriété sur l'Italie du nord**.

Plus de 7 millions d'Italiens viennent en France à l'année et leur appétence pour découvrir des destinations autres que Paris et la Côte d'Azur se confirme. Le marché touristique italien représente 9% de la clientèle étrangère pour la France et génère près de 3 milliards d'euros de recettes touristiques.

Le CRDTA a participé au **médiatour 2013** à Milan et à Turin les 19 et 20 mars. L'objectif de cette opération était d'établir un relationnel direct et efficace avec les journalistes italiens, d'augmenter les voyages

de presse : trente-neuf journalistes rencontrés et une action qui s'est déjà traduite par deux accueils.

De plus, la présence de l'Auvergne au **second roadshow** organisé par Atout France Italie à Turin et à Milan a permis de mettre l'accent sur le développement des contacts avec les prescripteurs : soixante professionnels rencontrés. Les agents de voyages sont très nombreux en Italie (environ 12 000) et les Tour-opérateurs et agences italiennes du nord de l'Italie sont à la recherche de nouvelles destinations de proximité.

L'Auvergne répond au contexte économique et aux attentes de ce marché.

AYDAT ET LA TOUR D'Auvergne LABELISÉS «PAVILLON BLEU»

Le 7 juin dernier à Toulon, le « Pavillon Bleu » a tenu sa conférence de presse nationale d'annonce du palmarès 2013 des 144 communes labellisées. Le CRDTA était présent en compagnie des deux premiers sites auvergnats venus recevoir le fameux drapeau azur et blanc qu'ils pourront hisser cet été sur leur plage : **La Tour d'Auvergne et Aydat**. Ces deux communes font partie des neuf sélectionnées et accompagnées techniquement et financièrement par le Conseil régional dans son action de qualification des sites de baignade par l'obtention du label « Pavillon Bleu », indéniable marqueur touristique positif.

JOURNÉE TECHNIQUE NATTITUDE «TOURISME & BIODIVERSITÉ»

«Favoriser la biodiversité chez soi et en faire un atout pour son hébergement touristique» était le thème de la journée technique du 25 juin organisée pour les hébergeurs du réseau Nattitude. Romain Legrand du Conservatoire d'Espaces Naturels d'Auvergne, Jean-Claude Corbel et Carine Drouhin du Parc Naturel Régional Livradois-Forez ont animé cette rencontre qui s'est déroulée au Domaine de Gaudon, chambres d'hôtes tenues par Alain et Monique Bozzo.

POURSUITE DES ACTIONS DE VALORISATION DES SÉJOURS SCOLAIRES

Pour la cinquième année, le CRDTA poursuit ses actions de promotion des séjours scolaires en Auvergne. La stratégie marketing de cette filière est conduite en étroite collaboration avec les centres d'hébergements pour enfants et jeunes, dont quatorze sont certifiés «Qualité Auvergne». Des actions à destination des enseignants (e-mailing, salon de la visite scolaire à Paris, référencement internet) complèteront d'autres supports plus ciblés (dépliant de présentation des séjours, démarchage de collectivités qui achètent des séjours scolaires).

UN DIAGNOSTIC NUMÉRIQUE À L'ÉCHELLE RÉGIONALE, UNE PREMIÈRE NATIONALE !

Le diagnostic numérique de territoire est une composante essentielle de la formation «Animateur Numérique de Territoire» : ce programme vise à accompagner et sensibiliser les professionnels du tourisme en Auvergne sur les enjeux du numérique. Ce diagnostic a été ainsi réalisé en commun avec l'ensemble des stagiaires de la première session de formation.

Parmi les différentes régions françaises engagées dans la démarche d'animation numérique du territoire coordonnée par Offices de Tourisme de France, l'Auvergne est la première à pouvoir disposer d'un tel observatoire commun du numérique au niveau régional. Une enquête a été envoyée par le CRDTA en collaboration avec les quatre départements d'Auvergne à 5000 professionnels. Les 970

réponses reçues vont permettre de tirer des premières tendances et de dresser une cartographie du niveau d'implication numérique des entreprises touristiques en Auvergne. En fonction de l'analyse des réponses et des besoins identifiés, des actions concrètes et d'accompagnement seront proposées aux prestataires, notamment grâce aux « Animateurs Numériques de Territoire ».



État des lieux du réseau des offices de tourisme

L'intérêt de l'enquête qui a été menée auprès des offices de tourisme est triple :

- disposer d'un instantané et d'une analyse précise du réseau ;
- mettre à disposition des territoires ces données, leur permettant ainsi d'avoir des points de comparaison et des repères qui viendront nourrir leurs réflexions en matière de structuration et d'amélioration de l'offre de service de leur OT ;
- mesurer dans quelques années l'évolution du réseau et évaluer l'efficacité des actions d'accompagnement réalisées auprès des territoires.

Les premiers résultats (57 répondants sur 76 interrogés) permettent de mettre en exergue quelques points de repère essentiels :

- 75% des offices de tourisme sont structurés sous forme associative,
- 73% d'entre eux sont organisés à une échelle intercommunale ou communautaire,
- plus de la moitié d'entre eux sont classés en 2 et 3 étoiles,



- le budget global moyen par office de tourisme est de 193000€ (hors Vichy et Sancy),
- on constate une progression de la collecte de la taxe de séjour de 80% sur les six dernières années.

Une synthèse reprenant les grands enseignements à l'échelon régional et départemental sera éditée à l'automne prochain et mise à disposition de l'ensemble des structures. Au-delà de l'analyse, elle constituera un bon moyen de mettre en perspective le contexte régional avec les enjeux nationaux.

2013 : OBJECTIF "QUALIFICATION DES HéBERGEMENTS " EN LIEN AVEC LES FILIÈRES DU PLAN D'ACTION RÉGIONAL MARKETING (PARM) !

Quatre nouveaux cahiers d'idées liés directement aux thématiques promues au travers des filières du PARM ont été construits. Ils permettront prochainement à tous les hébergeurs qui font le choix d'un positionnement marketing sur une clientèle « cœur de cible » spécialisée, d'adapter les aménagements et les services de leur hébergement aux attentes spécifiques de cette clientèle.

Les filières concernées sont :

- pleine nature : tous sports et loisirs de pleine nature tels que la randonnée, le vélo, la neige, les sports d'eaux vives etc.,
- patrimoine et art de vivre,
- bien-être,
- moto.

Un cinquième cahier d'idées, transversal à toutes les filières, sera communiqué aux hébergeurs qui souhaitent plus particulièrement se positionner sur l'accueil des clientèles familiales.

Parallèlement, leur déclinaison en grilles d'évaluation permettra également à l'avenir de sélectionner et promouvoir plus facilement des hébergements adaptés à la thématique de la filière.

Ces cahiers d'idées sont également autant d'outils supplémentaires au bénéfice des hébergeurs pour augmenter le degré de satisfaction de leurs clientèles et leur taux de fidélisation, et au-delà, accroître leur efficacité commerciale.

89%

des Européens se connectent à Internet via leur Smartphone pendant leurs vacances.

Les supports mobiles constituent un nouveau canal de diffusion de l'offre touristique. Aussi, le CRDTA s'est associé à la Bretagne et à quinze autres CRT pour réaliser une étude spécifique. 10 000 internautes européens ont été interrogés sur leurs usages de l'Internet mobile avant, pendant et après le voyage.

31% des Européens utilisent leur Smartphone pour préparer ou réserver leur séjour. Les plus satisfaits sont les Néerlandais, les Belges et les Britanniques. 72% des mobinautes européens échantillent avec des touristes sur les réseaux sociaux pour préparer ou réserver leur séjour. Ce sont les Néerlandais qui privilégient le plus les échanges avec d'autres touristes.

Les touristes se connectent de plus en plus à l'Internet mobile pendant leur séjour pour se rassurer, se renseigner mais aussi exploiter les fonctionnalités de leur Smartphone (vidéo, photo, GPS...). 89% se connectent au moins une fois à Internet à partir de leur télé-

phone et près de la moitié recherchent de l'information touristique. Toutefois, 25% rencontrent des difficultés pour se connecter (pas de wifi, mauvaise couverture technique, erreurs sur les applications...).

La géolocalisation est entrée dans les mœurs : 29% des touristes utilisent une application de guidage GPS pour la pratique de la randonnée. 41% des mobinautes européens ont recours aux fonctionnalités communautaires pendant leur séjour pour partager des photos et des avis sur leurs vacances.

38% réagissent et déposent régulièrement des avis, photos et vidéos sur le web à leur retour de vacances. Facebook est le réseau social incontournable pour l'après-séjour (54%), loin devant Twitter (4%). Facebook est plus particulièrement utilisé en Belgique, aux Pays-Bas, en France, en Allemagne et en Italie. Même si Facebook est bien présent en Grande-Bretagne, on note que près d'un Britannique sur cinq utilise aussi Tripadvisor.

TABLEAU DE BORD

Année 2013	mars	avril	mai
Fréquentation des sites internet (en visiteurs uniques) Évolution / 2012	84 705 -8%	111 025 -12%	130 336 +12%
Téléchargements de documentations via les sites internet Évolution / 2012	2 734 -32%	4 467 -13%	5 928 -19%
Nombre d'appels téléphoniques (call center) Évolution / 2012	779 -20%	1 021 +15%	772 -7%
Nombre de journalistes français et étrangers accueillis	2	9	9
Nombre d'articles recensés (France et étranger)	29	16	23
Contre-valeur publicitaire estimative*	185 275€	486 349€	546 284€

*Une contre-valeur publicitaire correspond au coût d'un spot ou d'un publi-rédactionnel non négocié.

NATTITUDE (au 30 juin 2013)

Établissements évalués	255	Équivalent lits touristiques	7 338
Établissements intégrés au groupe Nattitude	135	Établissements intégrés à la démarche de progrès	71

du 1^{er} juillet au 31 août – **Opération « Open Tour »** menée sur toute l'Auvergne, en partenariat avec la Région Auvergne et la SNCF, dont la vocation est de développer l'usage du train et de faire découvrir l'Auvergne aux jeunes de 15 à 25 ans durant la saison estivale.

du 3 au 6 juillet – **Accueil presse groupe Pays-Bas** – Quatre journalistes néerlandais découvriront l'Auvergne à travers la thématique « E-bike et wellness ».

du 4 au 8 juillet – **Accueil de « Sud Presse »**, leader de la presse quotidienne francophone belge.

jusqu'au 4 juillet – **Campagne d'affichage dans le tramway de Zurich**, en partenariat avec Atout France Suisse – En complément, création d'un mini site de campagne pour promouvoir les offres de séjours.

du 9 juillet au 1^{er} août – **Tournée d'expertise des « Villes et Villages Fleuris » auvergnats** – 51 communes seront visitées.

du 23 au 25 juillet – RDA à Cologne – **Workshop national des grossistes, tour-opérateurs et autocaristes allemands** – Participation avec le CRDTA, d'Original Auvergne et de l'hôtel « Le Pariou » à Issoire sur l'«Espace France».

du 1^{er} au 3 août – **Tournage des vidéos « pleine nature » en Haute-Loire** (deux films VTT sur les espaces VTT des gorges de l'Allier et du massif du Mézenc), complété par la production d'images lors de la cyclo-sportive Pierre Chany à Langeac pour le film événement.

fin août – **Enquête d'opinion auprès de socio-professionnels auvergnats** – Étude réalisée en ligne auprès de 5000 prestataires ayant pour objectif de dresser un premier bilan de la saison d'été.

Rendez-vous le 14 octobre 2013 à Clermont-Ferrand, pour la **journée des professionnels du tourisme en Massif central**, organisée par Macéo et le CRDTA. Au programme : workshop professionnel, salon, conférences...

Plus d'infos sur www.greenfrance.org

L'ACTU • numéro 14

ISSN : 2116-4649

Directeur de la publication : André CHAPAVEIRE

Rédacteur en chef : Jean-François JOBERT

Secrétaire d'édition : Anne ANDRE

Crédits photo : J. Damase, CRDTA, R. Lacroix

Création graphique : Claire MONARD

Tirage : 650 exemplaires

Impression : PORÇU, Cournon

sur papier Cyclus Print

