

Programme d'opérations de promotion et de communication 2016

Doubs tourisme

DOUBS
●● LES BELLES RENCONTRES



Préambule

Rappel concernant l'organisation des opérations de promotion de Doubs Tourisme :

- ✓ Doubs Tourisme envoie une information simultanée à tous les partenaires
- ✓ Doubs Tourisme organise et répartit les espaces en fonction des demandes et des places disponibles
- ✓ La documentation de chaque partenaire ne peut être distribuée que sur son propre espace (règlement des foires et salons de France). Les animations (son, vidéos) ne devront pas être une source de gêne pour les autres exposants (idem).
- ✓ Sur certaines opérations, un jeu-concours avec tirage au sort sera mis en place par Doubs Tourisme, qui demandera aux partenaires présents d'y apporter une dotation, sur la base du volontariat. Les bulletins recueillis seront enregistrés dans les contacts de Doubs Tourisme et transmis aux partenaires ayant contribué.

➤ L'inscription aux opérations ne sera effective qu'à réception du dossier d'inscription faisant office de convention signé par l'organisme partenaire.



Salons généralistes grand public

- **Salons touristiques : thème des vacances, des voyages et des loisirs**
- **S'adressent à tous types de consommateurs de séjours, activités et produits touristiques et de loisirs**
- **Vocation régionale ou interrégionale**
- **Présentation de l'ensemble de l'offre touristique par Doubs Tourisme et / ou ses partenaires**
- **Plusieurs types de participation possibles : stand collectif, stand Doubs Tourisme (détail dans chaque fiche action)**

En 2016 :

SALON VAKANTIE Bruxelles



Salon VAKANTIE Bruxelles

Données sur l'opération :

Du 4 au 8 février 2016

97 000 visiteurs en 2015
700 exposants – 40 000 m² d'exposition

Bassin de chalandise : Bruxelles -
Belgique

Données sur le marché :

Marché : Conquête / Belgique

26 % des séjours en France, première
destination des Belges

69 % de taux de départ en vacances

Séjour en famille, détente et repos,
découverte culturelle

Forme de participation envisagée :

Espace Montagnes du Jura dans le hall France
organisé par Doubs Tourisme
Participation de partenaires à définir
Participation : environ 2500 €



Salons thématiques

- **Salons spécialisés : dédiés à une ou plusieurs formes de consommation touristique ou à un public spécifique.**
- **S'adresse à une catégorie de clientèle plus précise : pratiquants d'une activité de loisirs ou sportive, amateurs de visites culturelles, de tourisme gastronomique, de tourisme industriel, seniors, familles...**
- **Vocation régionale ou interrégionale**
- **Présentation de l'offre correspondant à la (les) thématique(s)**
- **Participation du CDT avec un ou plusieurs partenaires spécialisés dans la thématique du salon**

En 2016 :

SALON DU RANDONNEUR de Lyon
SALON DES SENIORS de Paris



Salon du Randonneur à Lyon

Données sur l'opération :

Du 18 au 20 mars 2016

13 500 visiteurs en 2015

335 exposants – 3 000 m² d'exposition

Bassin de chalandise : agglomération lyonnaise et Rhône-Alpes

Données sur le marché :

Marché : conquête / proximité

78 % de taux de départ en vacances

12 % des nuitées régionales

Randonnée : première activité pratiquée, en toutes saisons

Forme de participation envisagée :

Stand Doubs Tourisme

3 partenaires maximum

Stand de 15 m²

Participation 1000 €



Salon des Seniors de Paris

Données sur l'opération :

Du 7 au 10 avril 2016

50 000 visiteurs en 2015
300 exposants – 3 000 m² d'exposition

Bassin de chalandise : Paris et Ile de France – autres régions

Données sur le marché :

Marché : fidélisation / national

Segment spécifique seniors (+ 50 ans)
Soit 1/3 de la population française et
48 % de la consommation

Semaines et weekends hors saison
Connaissance de l'offre
Culture et loisirs actifs

Forme de participation envisagée :

Stand Doubs Tourisme
Avec un partenaire
Stand de 9 m²
Participation (forfait) : 300 € / jour



Opérations micromarchés

- Opérations non spécifiques « tourisme » : manifestations sportives, culturelles, gastronomiques, commerciales de type foires, comptoirs, compétitions, rencontres...
- Opérations touristiques ciblées (hors salon) sur une ville ou une région : galerie marchande, extérieur en centre-ville...
- S'adressent à tous types de consommateurs de séjours, activités et produits touristiques et de loisirs
- Présentation de l'ensemble de l'offre du Doubs par le CDT et ses partenaires
- Présence de partenaires selon la nature de l'opération : Doubs, Montagnes du jura, Franche-Comté...

En 2016 :

OPERATION RESTAURANTS D'ENTREPRISES Printemps
OPERATION RESTAURANTS D'ENTREPRISES Automne
OPERATION MICRO-MARCHE en Suisse romande



Restaurants d'entreprises Rhône-Alpes

Données sur l'opération :

Dates à déterminer (printemps 2016)

Présence en restaurants d'entreprises, démarchage groupes et autocaristes, accueil et relations presse locale...

Bassin de chalandise : Rhône-Alpes (nord, à définir)

Données sur le marché :

Marché : conquête / proximité

78 % de taux de départ en vacances

12 % des nuitées régionales

Forme de participation envisagée :

Organisation générale par le CDT
Participation des partenaires à déterminer
Coût (forfait) : 200 € par jour



Restaurants d'entreprises Ile de France

Données sur l'opération :

Dates à déterminer (automne 2016)

Présence en restaurants d'entreprises,
démarchage groupes et autocaristes,
accueil et relations presse locale...

Bassin de chalandise :
Ile de France (secteur à déterminer)

Données sur le marché :

12 millions d'habitants

78,5 % de taux de départ

25 % des séjours dans le Doubs

Forme de participation envisagée :

Organisation générale par le CDT
Participation des partenaires à déterminer
Coût (forfait) : 200 € par jour



Opération micromarché en Suisse

Données sur l'opération :

Printemps ou automne 2016

Bassin de chalandise : en fonction du lieu de l'opération, une partie de la Suisse romande

Données sur le marché :

Marché : Fidélisation / Suisse

Clientèle en séjour à la semaine ou weekend : hôtels, chambres d'hôtes, meublés

Découverte culturelle, patrimoine, activités douces

Forme de participation envisagée :

Présence de producteurs / artisans

Vente sur place ?

Participation : 200 € par jour

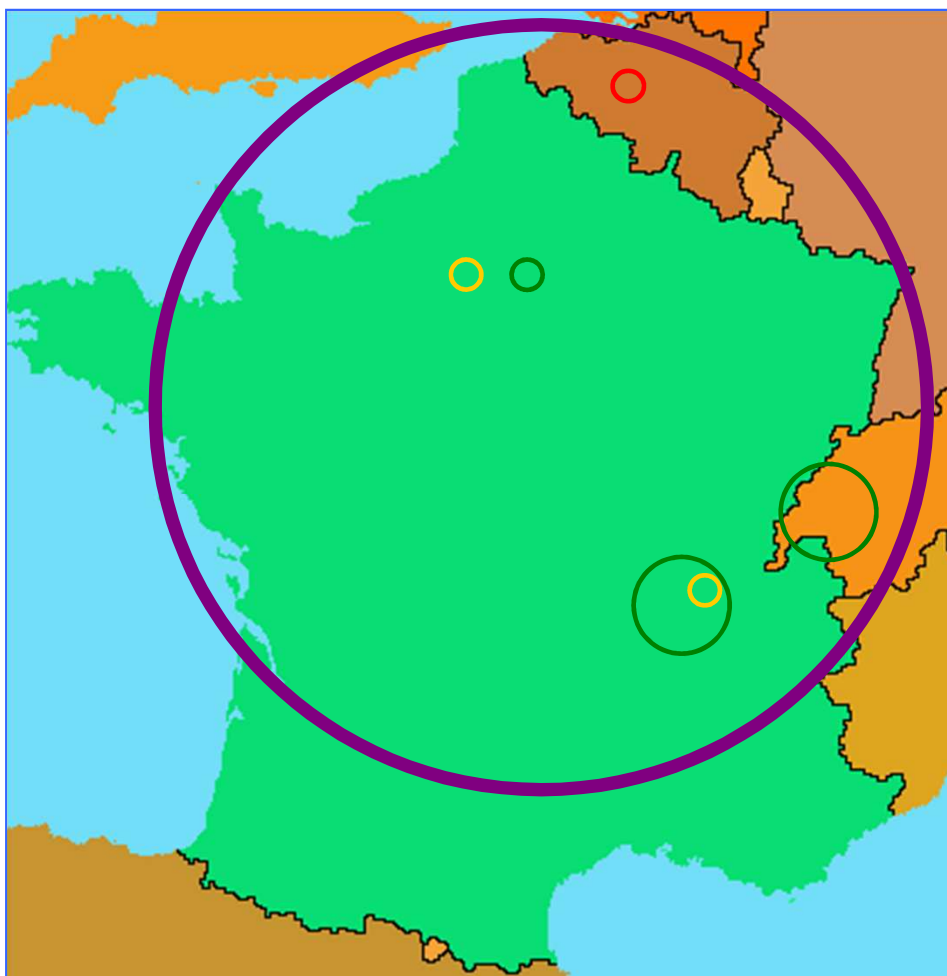


Actions 2015 : récapitulatif

Nom opération	Lieu	Dates	Marché	Type	Partenaires	Espace
Vakantie	Bruxelles	04-08 février 2016	Belgique	Généraliste	MdJ	MdJ
Salon du Randonneur	Lyon	18-20 mars 2016	Proximité	Thématique	Partenaires Doubs	Collectif
Opération restaurants	Rhône-Alpes	Printemps 2016	Proximité	Micro-marché	Partenaires Doubs	CDT
Salon des Seniors	Paris	7-10 avril 2016	National	Thématique	Partenaires Doubs	CDT
Opération restaurants	Ile de France	Automne 2016	National	Micro-marché	Partenaires Doubs	CDT
Opération micromarché	Suisse romande	Printemps ou automne 2016	Suisse	Micro-marché	Partenaires Producteurs Doubs	Collectif



Actions 2016 : récapitulatif



- Salons grand public :
 - Vakantie Bruxelles
- Salons thématiques :
 - Salon du Randonneur Lyon
 - Salon des Seniors Paris
- Micromarchés :
 - Restaurants d'entreprises Rhône-Alpes
 - Restaurants d'entreprises Ile e France
 - Opération en Suisse romande
- Actions professionnelles :
 - Workshops professionnels et autocaristes (lieux à définir)



Actions 2016

Fidélisation / proximité

Actions 2016 :

Communication :

- Partenariat Autoroute Info
- Diffusion sets de table
- Partenariats radios locales
- Partenariats sites web locaux

Marketing – promotion :

- Diffusion « pack bons plans »

Commercialisation :

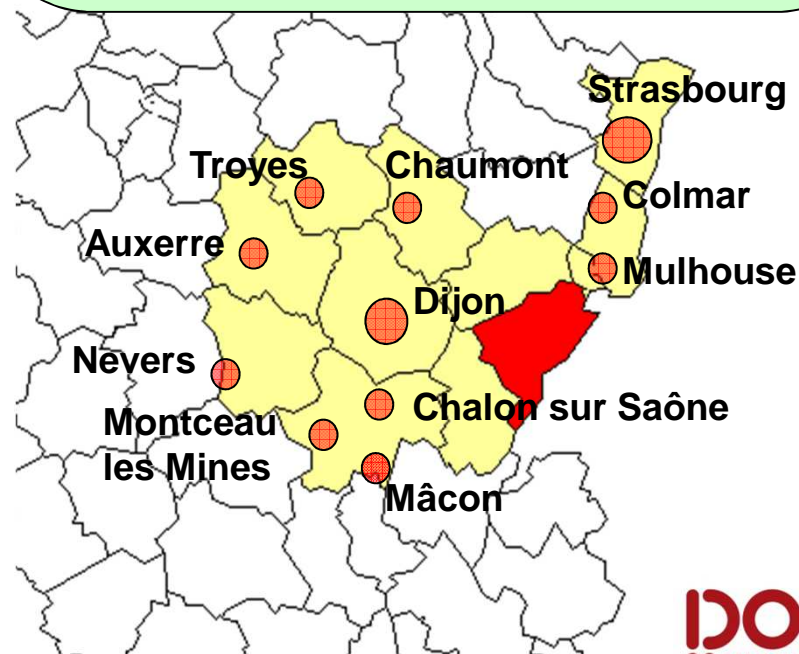
- Démarchage groupes / pro / CE

Internet :

- Newsletter mensuelle du Doubs
- Emailings événementiels
- Réseaux sociaux

Données sur le marché :

30 % des séjours dans le Doubs
3,6 millions d'habitants
Alsace 2^{ème} région par le pouvoir d'achat
Dijon 6^{ème} ville française pour le revenu
Excursions et courts séjours, toute saison





Actions 2016

Fidélisation / Suisse

Actions 2016 :

Communication :

- Achat espace média
- Service commande du catalogue Migros

Marketing – promotion :

- Opération micromarché en Suisse romande

Commercialisation :

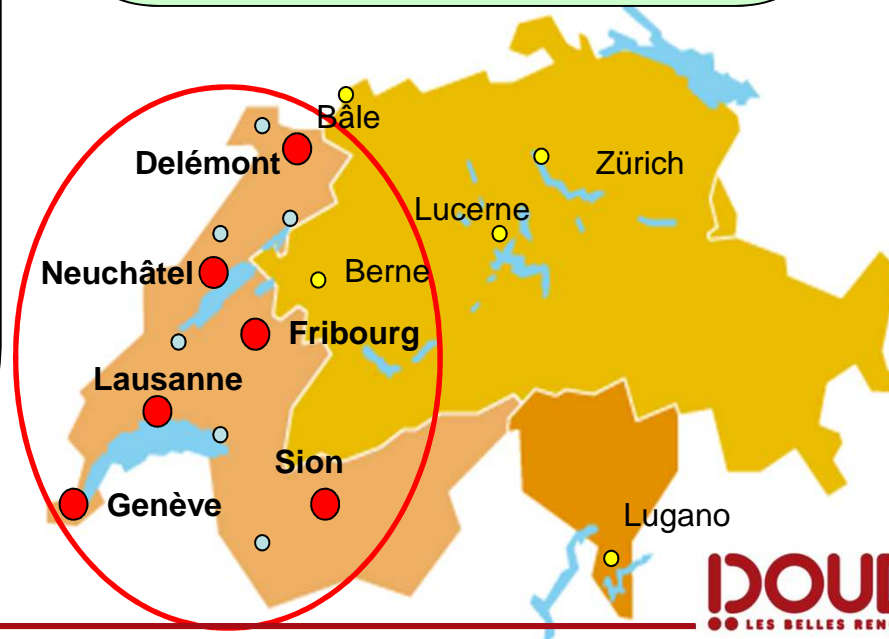
- Démarchage autocaristes

Internet :

- Newsletter mensuelle du Doubs
- Emailings événementiels
- Réseaux sociaux

Données sur le marché :

Marché : fidélisation / proximité
3^{ème} marché touristique de la France
(28 millions de visiteurs en 2010)
Court-séjour : hôtel, chambres d'hôte, gastronomie, cyclo, culture, activités nautiques





Actions 2016

Fidélisation et conquête / national

Actions 2016 :

Communication :

- Partenariat Autoroute Info (Ile de France + Loiret)
- Plan de communication Montagnes du Jura

Marketing – promotion :

- Salon des seniors Paris
- Opération restaurants d'entreprises

Commercialisation :

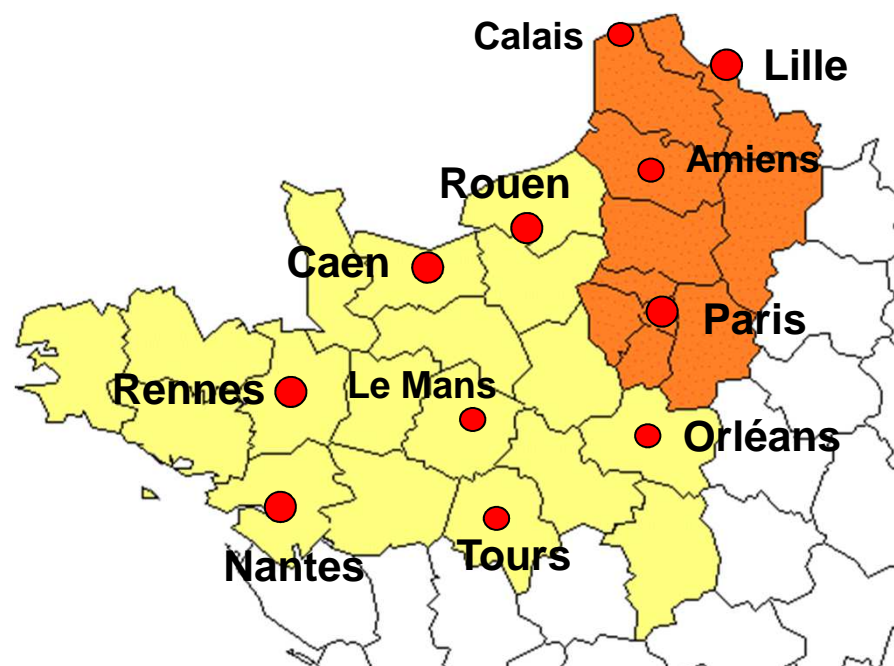
- Workshops autocaristes
- Démarchage groupes / pros

Internet :

- Newsletter mensuelle du Doubs
- Emailings événementiels
- Réseaux sociaux

Données sur le marché :

17,5 millions d'habitants
35 % des séjours dans le Doubs
Taux de départ 76 % en IdF
Activités nature, visites villes et sites





Actions 2016

Conquête / proximité

Actions 2016 :

Communication :

→ Partenariat Autoroute Info
(Ain, Rhône, Savoies, Isère)

Marketing – promotion :

→ Salon du randonneur Lyon
→ Opération restaurants
d'entreprises

Commercialisation :

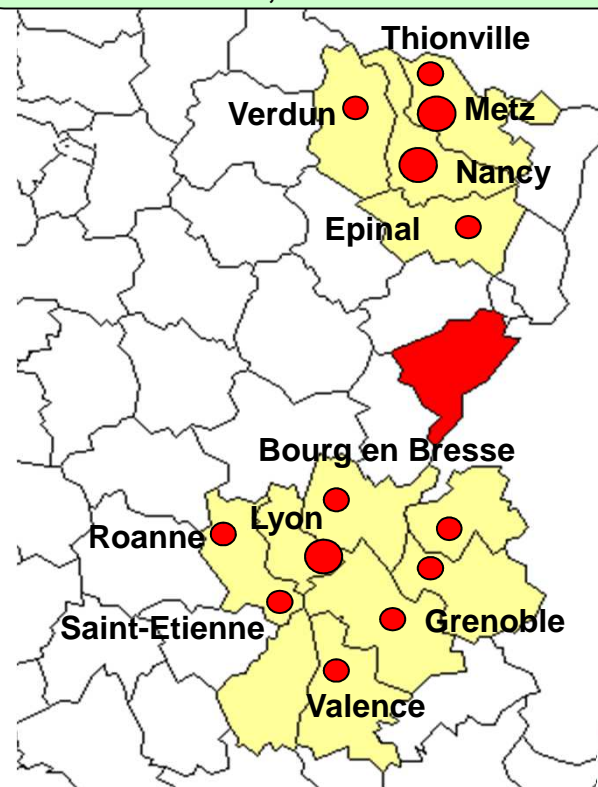
→ Démarchage groupes / pro / CE

Internet :

→ Newsletter mensuelle du Doubs
→ Emailings événementiels
→ Réseaux sociaux

Données sur le marché :

Marché : conquête / proximité
15 % des séjours dans le Doubs
(ancienne zone scolaire A)
Familles et seniors, activités douces,
visites, découverte





Actions 2016

Conquête / Belgique

Actions 2016 :

Communication :

- Plan de communication Montagnes du Jura

Marketing – promotion :

- Salon des Vacances de Bruxelles (Montagnes du Jura)

Commercialisation :

- Démarchage autocaristes

Internet :

- Traduction des pages du site en néerlandais
- Newsletter mensuelle du Doubs
 - Emailings événementiels
 - Réseaux sociaux

Données sur le marché :

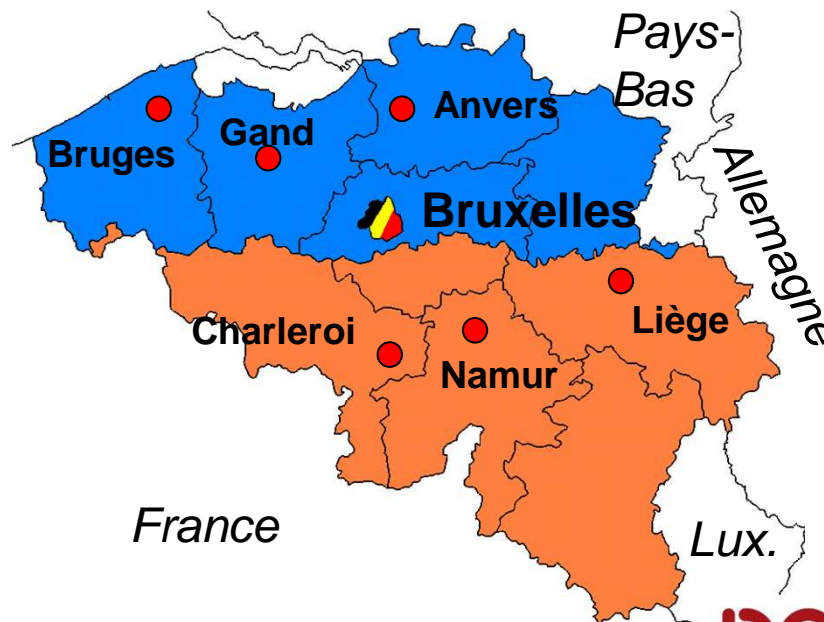
France première destination (35 %)

Avril – juillet – août

D.M.S. : 11 nuitées en France

Montagne / campagne : 63 % séjours

Famille, détente, découverte



Programme d'opérations de promotion et de communication 2016

Doubs tourisme

DOUBS
●● LES BELLES RENCONTRES