

Isère Tourisme

Faire - Savoir - Faire-savoir

Rapport d'activités 2012

**PRESENTATION AU
CONSEIL D'ORIENTATION
DU 21 MARS 2013**

En 2012...

...L'Isère, devient **la 1^{ère} destination touristique montagne de France** (pour les clientèles françaises) et la 10^{ème} destination touristique française. Elle gagne 8 places et se situe désormais derrière Paris et 6 départements du littoral.

Pour **l'hiver, elle grimpe en 6^{ème} position** et vient se placer derrière Paris, les Savoie, le Rhône et la Loire-Atlantique (*enquête TNS offres 2011*)

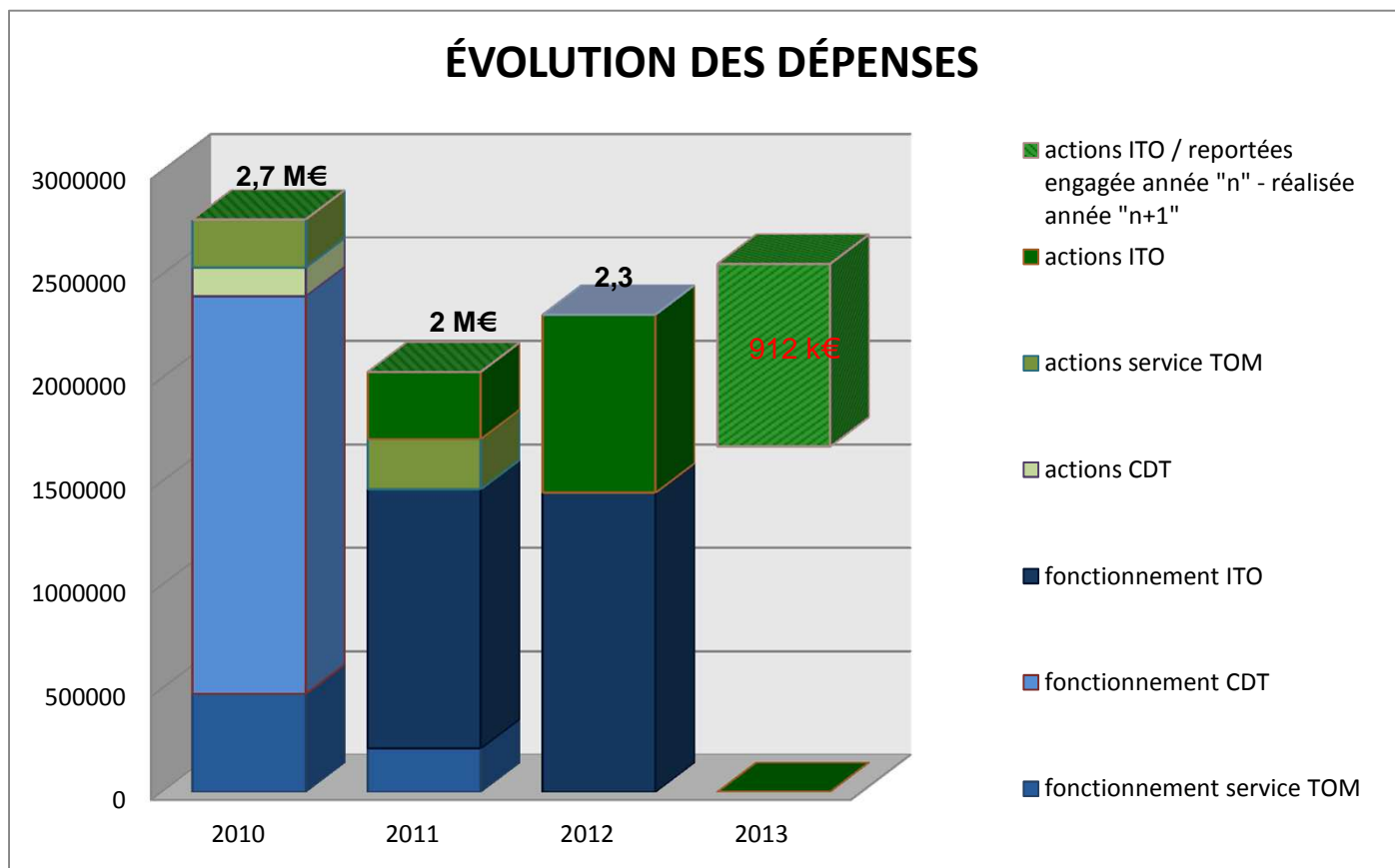
PREMIERE ANNEE PLEINE D'ISERE TOURISME

- ▶ **un cahier des charges ambitieux.**
- ▶ **des actions innovantes à forte visibilité** : opération grande Matheysine, opération «skiez en décalé» valorisation du label des maîtres restaurateurs...
- ▶ **un fonctionnement maîtrisé**, grâce à la mobilisation d'une équipe resserrée, et en maintenant une vigilance accrue en matière de maîtrise des dépenses.

Evolution et structuration des dépenses d'Isère tourisme

Des dépenses de fonctionnement maîtrisées

Un budget actions conséquent grâce au volontarisme du Conseil général



En 2012...

- 1- Instruction des dossiers de demande de subventions**
- 2- Pilotage des projets stratégiques**
- 3 - Soutien aux acteurs et filières**
- 4 - Ingénierie et expertise**
- 5 - Observatoire**
- 6 - Animation des réseaux d'acteurs**
- 7 - Promotion et commercialisation**

Vision dynamique 2013 :

**Accompagnement des hôteliers
pour les mises aux normes incendie et PMR**

Suite aux travaux avec représentants de la profession

Vous êtes hôtelier indépendant en milieu rural, avec au moins 2 étoiles,

- ▶ **Vous avez des doutes sur les directives réglementaires ?**
- ▶ **Vous avez un projet de mise en conformité et/ou de mise en accessibilité ?**
- ▶ **Vous avez un projet de modernisation ?**

Cet accompagnement d'expert est pour vous.

Gratuit : financé par le Conseil général

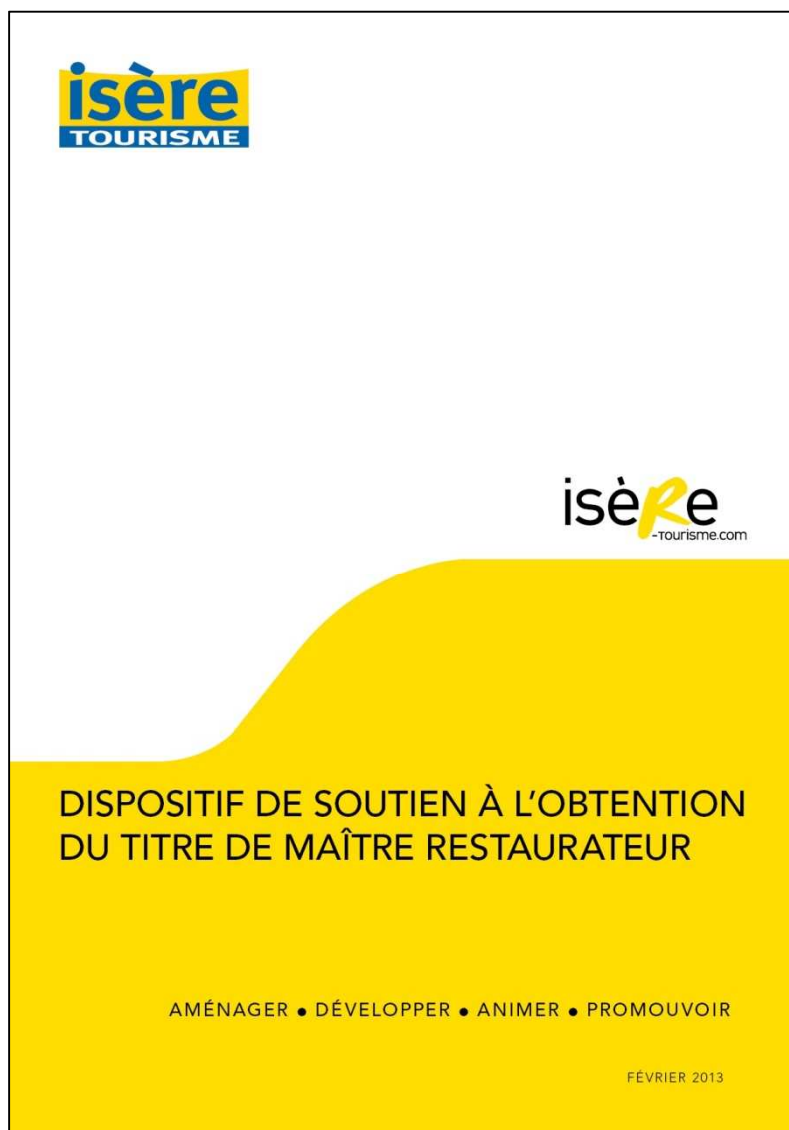
- ▶ Vous serez plus à même d'intégrer les préconisations et obligations réglementaires pour envisager de futurs travaux
- ▶ Les conseils apportés par le cabinet-conseil peuvent réduire le montant des travaux projetés

Cette étude de faisabilité ne se substitue ni à une étude globale de développement de l'établissement, ni à la mission d'un architecte.

L'étude est une aide à la décision qui ne comprend ni le DACAM encore moins le permis de construire.

Anne Gueraud architecte
2 à 5 jours par établissement
10 établissements accompagnés par an.

Faites le savoir !



Rapport d'activité 2012

1-2 Politique de diversification montagne, contrats avec les massifs de Belledonne, Chartreuse, Oisans, Sud Isère et Vercors

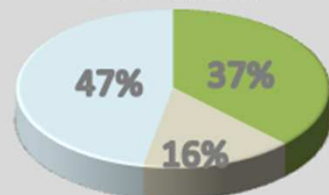
Une forte progression de la part de diversification en crédits et en nombre de projets

2005-2009

11 741 467 €



115 actions



- Opérations hors domaines skiables
- Opérations de diversification des somaines skiables
- Opérations de confortement du domaine skiable

Vision dynamique 2013 :

2 projets de massif restent à écrire (Oisans et Belledonne)

Budget pour les programmes 2013 : comparable à 2012

1-3 PDIPR - RANDONNÉE - REFUGES

Faits marquants :

Evolution de la charte départementale

compte de la pratique équestre et tr

➤ **Mise en ligne de 35 randonnées**

téléchargeables et tracés pour les

Vision dynamique 2013 :

Mise en réseau des refuges de Belledonne

et la grande traversée de Belledonne

Appel à projet sur les travaux envisagés dans les refuges

pour une vision pluriannuelle d'un plan de soutien éventuel par le

Conseil général de l'Isère.

1-3 PDIPR - RANDONNÉE - REFUGES

Promotion

Vision dynamique 2013 :

Ré-édition : Orientation » familles » plus affirmée

95% des circuits sur PDIPR

Ré-édition

+ l'ADT Oisans édite sa version « Oisans »

En valorisant l'offre des tous les territoires



2- Pilotage des projets stratégiques

2-1 Chemin de fer de la Mure

Vision dynamique 2013 :

Finaliser le plan de financement

DSP sous condition de financement à 25 % :

CGI, Concessionnaire, Coll. territoriales, Région

Parution appel d'offres : avril 2013

Négociation et finalisation : décembre 2013

l'appel à projets lancé

e relancer une procédure



2- Pilotage des projets stratégiques

2-2 Center Parcs

Année 2012 marquée par les recours successifs de l'Association des opposants au projet

Les volets emploi, intégration touristique et circuits courts en stand-by à partir de février 2011.

2-3 Lac de Paladru

CAPV : étude de faisabilité et programmation du musée archéologique de Paladru.

Rédaction du cahier des charges de cette étude.

Rapport d'activité 2012

Vision dynamique 2013 :

Décision favorable du Conseil d'Etat sur PLU et permis de construire

Finalisation des dossiers « Lois sur l'eau » et « espèces protégées »

Perspectives ouverture 2017 si paix juridique

2- Pilotage des projets stratégiques

2-4 Etalement des séjours = Skiez en décalé

Budget CGI = 250 000€

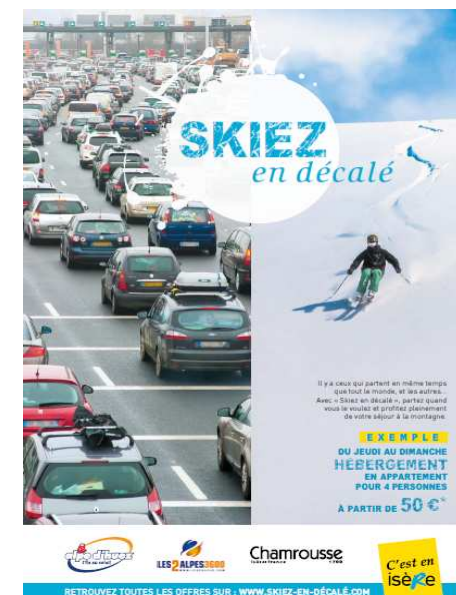
Objectif annoncé : désengorger les samedi

Objectif associé : Gain satisfaction clients

+ distinguer l'Isère

Les 2Alpes, Chamrousse, Alpe d'Huez,

partenaires d'Isère Tourisme pour l'expérimentation de séjours hors format samedi/samedi.



Campagne de promotion au travers d'un plan média conséquent :

Presse, E-marketing, Achat d'espaces PUB sur sites webs à forte audience, Partenariats Voyages-Sncf, LastMinute, Mappy, Boursorama,

- **Hébergeurs mobilisés : près de 1 500 lits, dans les 3 stations**
Meublés, résidence de tourisme et hôtels

Nominé aux Trophées Innovation et Tourisme de Rhône-Alpes

Rapport d'activité 2012

2- Pilotage des projets stratégiques



Vision dynamique 2013 :

- Bilan de l'opération
Bilan promo largement positif : X10
- Renouveler et étendre
- Associer d'autres stations
- Associer d'autres hébergeurs
- Développer les partenariats
(aéroport, SNCF, etc.)
- Adapter si possible les dessertes TC

Ra

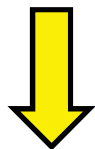
3 – Soutien aux acteurs et filières

3.1 - Accompagnement de l'association **Nordic Isère** dans l'élaboration et la mise en œuvre de son plan de communication pour hiver 2012/2013

Objectif : recruter publics nouveaux



Témoignage Nordic Isère



ITO développe ce service d'accompagnement « promotion et communication » pour les filières structurées

Rapport d'activité 2012



Vision dynamique 2013 :

- Isère cheval vert
- Chateaux
- Maitres restaurateurs
- Centres de vacances ?

3 – Soutien aux acteurs et filières

3.2 – Développement-promotion du titre de « **Maître restaurateur** »



Vision dynamique 2013 :

1/ Accompagnement

- ▶ Evaluer les chances de réussite
- ▶ Conseiller sur des solutions techniques
- ▶ Faciliter les démarches administratives

Gratuit : financé par le Conseil général

Cabinet Horwarth

Objectif 30 dossiers en 2013

2/ Promotion 2013 : notoriété du label

- ▶ Auprès des restaurateurs
- ▶ Auprès du grand public régional

Budget 15 K€

40 portaits hebdomadaires dans le DL
Manifestations (aéroport, foire d'automne)

Faites le savoir !



isère
-tourisme.com

ACCOMPAGNEMENT À LA MISE AUX
NORMES DE L'HÔTELLERIE RURALE ET
FAMILIALE

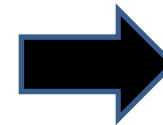
AMÉNAGER • DÉVELOPPER • ANIMER • PROMOUVOIR

MARS 2013

3.4 Commercialisation : réflexion sur une solution de commercialisation

La commercialisation touristique s'effectue aujourd'hui de manière hétérogène sur l'ensemble du département.

Si certaines stations de montagne et OTSI sont structurés **des « zones grises » persistent, géographiques ou thématiques**



Mise en place d'une commission COMMERCIALISATION..

Février 2013 :
marché lancé

- ▶ **BDO (Evin Leclerc) et Del Sol**
- ▶ **Objectif septembre 2013**

3.5 Aéroport Grenoble-Isère

Analyse marketing de clientèle étrangère pour le développement de nouvelles liaisons

Aide au lancement de la ligne Grenoble-Nantes

Rapport d'activité 2012



4 – Ingénierie et expertise

Participation à l'organisation et au suivi d'études de développement, qu'elles soient stratégiques ou pré-opérationnelles

▶ Valorisation de la zone basse du Funiculaire de Saint-Hilaire-du-Touvet

▶ **Centre culturel européen de la montagne**

▶ **Centre Européen de formation au Taïchi**

▶ **Diagnostic des domaines skiables du Sud**

▶ Pré-schéma directeur du tourisme et des loisirs

▶ Valorisation du site des Signaraux

▶ Schéma de développement de l'hébergement

▶ **Etude d'un développement diversifié de l'Oisans et de ses vallées**

D'autres sujets pour 2013

- ▶ Finalisation du projet « **Via Rhôna** »
- ▶ Développement de « **l'Isère à vélo** » : lien avec hébergeurs et prestataires à travailler
- ▶ Valorisation du site de la **prairie de la rencontre** et recherche de financements. Objectif bicentenaire 2015.

5 - Observatoire

5-1 Mesure de l'activité touristique et connaissance de

- ▶ 1 000 professionnels enquêtés sur leur niveau d'activité
- ▶ **21 publications (dont les notes de conjoncture)**
- ▶ Site professionnel : près de 7 000 pages vues
(+35% par rapport à 2011)

Observatoire du tourisme équestre
Partenariat avec Isère Cheval Vert

5 - 2 Veille, centre de ressources

- ▶ **90 études et articles indexés en 2012** (+10% par rapport à 2011)
études et articles à disposition des professionnels isérois
- ▶ Accueil et information d'une dizaine de porteurs de projets
- ▶ 160 demandes professionnelles de statistiques (statistiques)

Vision dynamique 2013 :

▶ **Enquête Clientèles
Etrangères en Isère**

▶ **Tableau de bord de
l'Observation Locale**

Septembre 2013

▶ **Evaluation des emplois
touristiques**

Avec ORT

▶ **Nouveau système
enquête fréqu des sites**

Vous pourrez capitaliser vos
résultats

6 - Animation des réseaux d'acteurs

6 -1 La Lettre Professionnelle d'Isère Tourisme : 6 numéros publiés en 2012

▶ **1 500 professionnels, institutionnels du tourisme et élus abonnés (+20%)**

▶ **De nombreux témoignages d'intérêt :**

*«Merci pour l'envoi de cette Lettre d'infos professionnelle que je lis, à chaque fois, avec grande attention!
C'est un outil précieux, qui permet de garder un lien avec le développement touristique départemental et de s'inspirer de bonnes pratiques pour sa propre gestion»*



6 - 2 Les Rendez-vous d'Isère Tourisme

2 rencontres professionnelles organisées en 2012

Vision dynamique 2013 :

▶ **« Tous sur le web »**

▶ **Lancement régional du tableau de bord de l'observation locale**

27 juin 2013– 14H à 16H Palais du Parlement



6 - 3 Réseau Sitra

- ▶ **Lancement de la version2 de Sitra** (interface de recherche des informations touristiques, plus intuitive et conviviale, accessible en ligne www.sitra-tourisme.com)
- ▶ **Objectif d'une meilleure contribution des OTSI atteint : -20% de fiches gérées par ITO** en 2012 par rapport à 2011, grâce à l'adhésion de 2 nouveaux contributeurs : les OT de Chamrousse et de Valbonnais
- ▶ **Nouveaux widgets** : petit module permettant, aux prestataires, d'alimenter leur site web gratuitement avec des données issues de Sitra : Mairie de Voiron, 1^{er} «testeur» satisfait.

Objectif : Augmenter les adhérents contributeurs, au plus près de l'offre

- ▶ *Un réseau de 49 OTSI et 6 structures territoriales (ADT Oisans, Vercors, Chartreuse, PNR Vercors, etc.) ; 4 OTSI restent à intégrer : OT Allevard, Uriage, 7 Laux et Corps*
- ▶ *30 sites web institutionnels alimenté spar Sitra*

6 - 4 Concours départemental du fleurissement des villes et villages

- ▶ 41 communes iséroises dotées de fleurs (label national), soit +3%
- ▶ Cérémonie de remise des prix,
à Allevard-les-Bains devant 250 personnes

Fait marquant

Opération presse : visite en calèche
partenariat avec Isère Cheval Vert

Objectif : promouvoir le cheval de traction,
mode de déplacement doux,



7 – Promotion



- ▶ **1 300 000 € investis**
- ▶ **8 dispositifs de parution et de communication :**
 - Lancements de saison à Paris sur le thème « événement et grands RDV »
 - Mon hiver
 - Balades et randonnée
 - Cyclo et vélo loisirs
 - Skiez en décalé
 - Opération « Grande Matheysine »
 - Campings et campings-cars
 - Liaison Nantes - aéroport Grenoble-Isère

7 – Promotion



- 48 semaines de présence publicitaire sur tous supports (web, presse, affichage, radio, TV)**
- + de 25 opérations terrains** de promotion (salons, idTGV...)
- + de **50 millions** d'impressions sur le web
- + de **30** parutions publicitaires dans la presse nationale
- + de **350 000** documents réalisés, édités et diffusés
- + de 2 150 000€ d'équivalent Valeur d'achat publicitaire (presse écrite uniquement)**
- + de **460** retombées presse repérées (écrite/TV/Radio/web)
- + de 860 000 visiteurs uniques sur l'ensemble de nos sites web**
- + de **3 400 000** pages vues
- + de 1 800 000 e-mailing adressés**
- + de 34 000€ de dotations offertes par les partenaires pour les opérations de promotion.**

7.1 Relations presse



Une présence TV « exceptionnelle » en 2012 :

France 3 - mercredi 28 novembre

Prime time + de **3 000 000** de téléspectateurs

+ Masterchef aux grottes de Choranches (TF1) ;

3 reportages JT 20h TF1 (Mon Hiver en Isère) ;

1 reportage JT 20H France 2 (Skiez en décalé) ;

Les Plus beaux Villages de France sur ARTE ;

Les Escapades d'Olivier Petitrenaud sur France 5...

Rôle d'Isère tourisme :

- Lobbying sociétés de production
- Accompagnement des journalistes
- Proposition d'interlocuteurs professionnels sur les territoires





**21 interviews + 6 émissions
en radios régionales et
nationales**

Rôle d'Isère tourisme :

Réception des demandes des rédactions et orientation sur les territoires vers les meilleurs interlocuteurs

Proposition de sujets



Près de 400 retombées
pour la presse écrite en
France et à l'étranger.

Equivalent publicitaire :

2 132 000 €



7.2 Les Éditions

Publications & Magazines

- ▶ Guide du Routard Isère /Hautes Alpes – diffusion nationale
- ▶ Mon Hiver #2 – **66 000** ex – diffusion nationale
- ▶ Isère Magazine numéro spécial cyclo – **10 000** ex – diffusion départementale
- ▶ Destination Grand air – **150 000** ex – Diffusion régionale
- ▶ Osez le Nordic! – **25 000** ex – Diffusion départementale



Brochures & documents touristiques

Print

- ▶ Carte touristique de l'Isère – **80 000** ex – diffusion nationale
- ▶ Guide Balades & randonnées – **5 000** ex – diffusion nationale
- ▶ Guide Refuges des Alpes – **5 000** ex – diffusion nationale
- ▶ Guide Campings & camping-cars – **7 000** ex – diffusion nationale
- ▶ Guide Cyclotourisme & vélo loisirs – **5 000** ex – diffusion nationale

On line

- ▶ Lacs & plans d'eau
- ▶ Montagne & sports d'hiver
- ▶ Patrimoine & sites touristiques

**8 100 envois de documentation
+36% par rapport à 2011.**

Newsletters

The collage shows various editions of newsletters. On the left, 'C'est en isère' newsletters include 'CONTACT PRESSE', 'AGENDA', 'ESPACE PRESSE', 'SKIÉZ en isère', 'AUX 2 ALPES', 'LE RAVAILLEN DE LA SAINT SYLVESTRE A CHAMROUSSE', 'AUX 2 ALPES', 'L'ALPE D'HUEZ', and 'OSÉZ LE NORDIC'. On the right, 'LA NEWS LETTER' newsletters include 'Hors-série été 2012', 'spécial Groupes #16', and 'AGENDA'.

This is a detailed view of a 'SKIÉZ en isère' newsletter page. It features a large image of a skier and text promoting ski holidays. Key elements include:

- Section: IDEES SEJOURS** - 'Soyez les premiers à réserver vos vacances pour l'hiver ou l'été 2013'.
- Section: A VOIR / A FAIRE** - 'AU BORD DU LAKE' and 'BIENVENUE à la ferme'.
- Section: A LA JOURNÉE** - 'ET LA CHARTREUSE' and 'BALADE'.
- Section: AGENDA** - '17 JUIN AU 13 JUILLET' and '22 AOÛT / 2 SEPTEMBRE'.
- Section: A CHAMROUSSE** - 'Le Ravaillen de la Saint Sylvestre à Chamrousse'.
- Section: AUX 2 ALPES** - 'Noël en famille aux 2 Alpes'.
- Section: L'ALPE D'HUEZ** - '4 Jours 100% ski en Janvier'.

	2012	2011
Newsletter grand public	13	12
Newsletter Pro	11	4
News-Press	13	10

Au total : 1 800 000 contacts



7.4 Opérations terrain

► Mon Hiver, C'est en Isère

Promotion des loisirs et sports d'hiver dans les massifs isérois.

Diffusion du magazine « Mon Hiver » – 66 000 ex – dans une sélection de **TGV** (Paris- Lille – Lyon – Montpellier – Marseille) + **magasins de sports + hôtellerie tourisme d'affaires.**

Diffusion en boîtes aux lettres (10 000 ex Paris intra + 6 000 ex Nantes avec sur couverture personnalisée)

En partenariat avec les ADT et stations des 4 massifs.

WEEK-END SKI ENTRE AMIS
5 JOURS
145€
A PARTIR DE 145€ PERSE, ISÈRE & PERSE
HÉBERGEMENT 22 JOURS & 2 JOURS PERSE

SKIEZ en décalé
TROPHÉE WIND & SNOW EXTREME COMANS
5 JOURS
139€
A PARTIR DE 139€ PERSE, ISÈRE & PERSE
HÉBERGEMENT 22 JOURS & 2 JOURS PERSE

SKI EN DÉCALÉ EN JANVIER
5 JOURS
200€
A PARTIR DE 200€ PERSE, ISÈRE & PERSE
HÉBERGEMENT 22 JOURS & 2 JOURS PERSE
LABELISÉ 2 ALPES QUALITÉ

Mardi
SÉJOUR BIEN-ÊTRE
5 JOURS
150€
A PARTIR DE 150€ PERSE, ISÈRE & PERSE
HÉBERGEMENT 22 JOURS & 2 JOURS PERSE
LABELISÉ 2 ALPES QUALITÉ

Semaine Active Entre Amis
7 JOURS
130€
A PARTIR DE 130€ PERSE, ISÈRE & PERSE
HÉBERGEMENT 22 JOURS & 2 JOURS PERSE
LABELISÉ 2 ALPES QUALITÉ

Vendredi
NOËL ET NOUVEAU AN EN CAMPILLE
5 JOURS
200€
A PARTIR DE 200€ PERSE, ISÈRE & PERSE
HÉBERGEMENT 22 JOURS & 2 JOURS PERSE
LABELISÉ 2 ALPES QUALITÉ

SKI DÉTENTE
5 JOURS
177€
A PARTIR DE 177€ PERSE, ISÈRE & PERSE
HÉBERGEMENT 22 JOURS & 2 JOURS PERSE
LABELISÉ 2 ALPES QUALITÉ

Alpe d'Huez / Grand Domaine
Alpe du Grand Serre
Auris-en-Oisans
Autrans
Chamrousse
Col de l'Arzali
Col de Marciou
Col de Porta
Col de Romeyère - Les Coulmes
Col d'Emon
Col du Banois / Le Grand plan
Covanceon-en-Vercors
Grasse-en-Vercors
Lans-en-Vercors
Le Collet d'Allevard
La Sappey-en-Chartreuse
Les 2 Alpes
Les 7 Lacs
Méaudre
Crosan-Crosans
St-Hilaire-d'Allevard
St-Nizier-de-Marcenno
St Pierre-de-Chartreuse
Vaujany
Vercors
Villard-de-Lans
Villard-Pacola

C'est en isère
www.isere-tourisme.com

► **Saint-Germain-des-Neiges**

Opération nationale de promotion de la montagne française et des loisirs et sports d'hiver.

Du 28 novembre au 1^{er} décembre

A Paris

En partenariat avec France Montagnes et toutes les stations de l'Isère.

iDTGV présente
Alpe du Grand Serre • Auris-en-Oisans • Chamrousse • Méaudre • Vaujany

RENDEZ-VOUS EN VOITURE BAR iDzinc
POUR JOUER ET GAGNER
UNE SEMAINE DE SKI DANS LES ALPES
ET DÉGUSTER DES SPÉCIALITÉS DAUPHINOISES

► **IdTGV**

Opérations de promotion des stations iséroises à bord du TGV.

2^{ème} et 3^{ème} week-end de novembre

Ligne Paris – Rennes - Brest

En partenariat avec 6 stations iséroises.

Diffusion de magazine/ jeu concours et dégustations de produits locaux.

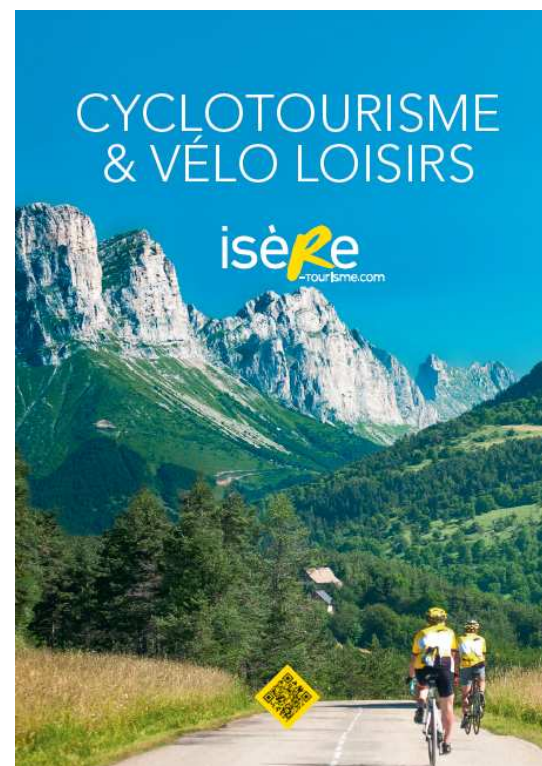
<http://blog.idtgv.com> **C'est en isère** **iDTGV** **SNCF**

En partenariat avec **les ADT, les OT, les prestataires et les territoires**

**Salons de la randonnée de Lyon et de Paris
(Nouveau Stand)**



**Ardéchoise et
Semaine fédérale du cyclotourisme**



	Budget externe Notamment actions CGI	Budget ITO
Outils promotion communication		33 000
Relations presse		35 000
Multimédia et Résa 38		39 500
Réseaux partenaires		16 800
Photothèque		13 500
Politique Groupe	6 000	15 000
Découvrez l'Isère à vélo	90 000	30 000
Randonnez en Isère	50 000	50 000
Refuges des Alpes	27 000	
Evénements & grands rendez-vous		42 000
Camping & camping cars		25 000
Gastronomie, culture, histoire et patrimoine	15 000	33 000
Mon Hiver, c'est en Isère	250 000	102 200
TOTAL	438 000€	435 000€

Des Objectifs

Affirmer un positionnement touristique clair :

- > situer le territoire
- > valoriser les offres
- > inciter à découvrir et à consommer

Une Stratégie

Acte I (2012/14): La Conquête : se poser en alternative, en challenger aux destinations « leaders » été et hiver.

- > S'appuyer sur les « locomotives » pour capter l'attention et entraîner l'ensemble de l'offre.
- > Montrer le territoire (force de l'image)
- > Renforcer notre présence médiatique

Des Axes de Promotion

- > Axe 1 : Nature/montagne /loisirs outdoor
- > Axe 2 : Culture/histoire et patrimoine

La famille : une cible au cœur de nos préoccupations

Mettre en avant l'offre touristique du département qui s'adresse à la famille
(activités, lieux, Hébergement, etc.)
à travers des opérations de communication et des outils.

FOCUS 2013

Une Stratégie

Privilégier les offres qui proposent le « faire ensemble en famille »,
en segmentant selon la typologie de famille et /ou l'objet du séjour

- > jeunes enfants.
- > famille en groupe
- > avec ados...

Des Axes de Promotion

- > Axe 1 : Nature/montagne /loisirs outdoor
- > Axe 2 : Culture/histoire et patrimoine

Des moyens:

- > des outils dédiés (site web)
- > une présence sur l'ensemble des supports (éditions, etc...)

L'Axe à renforcer : Culture, histoire et patrimoine:

Mettre en avant l'offre patrimoniale du département qui s'adresse à la famille à travers des opérations de communication et des outils.

Une Stratégie

Elargir l'assiette des activités et des thématiques à valoriser.

FOCUS 2013

Des Axes de Promotion

- > gastronomie & produits du terroir
- > visites & Patrimoine historique
- > Patrimoine & spiritualité (cible groupe)

Des moyens:

- > une enveloppe budgétaire dédiée (site web)
- > un plan d'actions dédié

(en cours de construction avec la Direction de la Culture et du Patrimoine du CGI)

Des pratiques à travailler : Campings & camping cars

A l'instar du travail réalisé avec la Fédération Française de Cyclotourisme, travailler la cible des campeurs et des Camping caristes en proposant un plan d'actions dédié.

- > Editions
- > Relations presse
- < Evénements

FOCUS 2013

Une Stratégie

Cette cible est souple en capacité de se rendre sur un territoire d'une manière extrêmement réactive.

De plus, elle est généralement sensible à l'offre d'activité

- Nature/montagne /loisirs outdoor
- Culture/histoire et patrimoine

*C'est en
isère*

Enfin, des marqueurs pour tracer l'Isère...

une signature commune que chacun puisse utiliser.

Il ne s'agit pas d'une marque mais d'un marqueur qui permet

- part d'afficher son appartenance à un territoire*
- de participer à la valorisation des offres touristiques de l'Isère par effet de répétition*

« C'est en Isère ! » utilisable pour publications, éditions, parutions publicitaires (presse, affichage ou web), PLV sur les salons. facile à intégrer dans une composition visuelle existante

Au plus la signature sera visible au plus l'impact médiatique de nos campagnes sera fort et les retours bénéfiques pour l'ensemble de la chaîne.

C'est en isère !

Ils utilisent déjà « C'est en Isère » : Oisans tourisme, Grottes de la Balme, Clévacances, Fédération hôtellerie de plein air, La vallée bleue, Nordic Isère, Isère Cheval Vert, Chamrousse, etc.

*C'est en
isère*

isère
-tourisme.com

Isère Tourisme

Faire - Savoir - Faire-savoir

Merci de votre participation

