



Plan de communication promotion Printemps 2022

Contexte :

L'Échappée Jurassienne est soutenue depuis 2019 par les fonds européens INTERREG* pour son développement vers la Suisse voisine. Jura Tourisme pour la France, structure porteuse de l'itinéraire depuis son lancement en 2013 et Nyon Région Tourisme pour la Suisse, collaborent depuis 2019 pour développer, promouvoir, communiquer et commercialiser le produit Échappée Jurassienne.

À ce titre, en 2021, l'Échappée Jurassienne s'est agrandie en devenant Franco-Suisse avec l'ouverture d'un itinéraire de 45km en Suisse depuis la Station des Rousses. Ce parcours emprunte notamment les sommets de la Dôle et de la Barillette, la station de Saint-Cergue, le sentier des Toblerones avant de rejoindre le Lac Léman, le château Prangins et la ville de Nyon.

Dorénavant, les randonneurs ont donc la possibilité depuis la Station des Rousses de choisir entre l'itinéraire originel rejoignant Saint-Claude et l'itinéraire Suisse rejoignant Nyon au bord du lac Léman.

**Le soutien financier de l'Europe à travers les fonds INTERREG se terminera au mois de juin 2022.*

Objectifs marketing :

- Continuer à améliorer la notoriété de l'Échappée Jurassienne afin de la référencer comme un itinéraire phare de la randonnée itinérante.
- Générer des demandes de séjours sur l'itinéraire pour accroître les retombées économiques.

Marchés géographiques :

- France, avec une surpression sur Lyon et Paris
- Suisse (Romande et Alémanique) avec le soutien de notre partenaire Nyon Région Tourisme

Cibles : Amateurs d'itinérance, de randonnée et de slow tourisme : profils sportifs et randonneurs hédonistes plutôt urbains et périurbains

Axes de communication :

- Un itinéraire sans frontière véritable condensé de ce que le massif transfrontalier du Jura à de plus emblématique et exceptionnel à offrir.
- Une itinérance qui permet de se dépasser, de s'immerger dans ce que la nature à de plus beau à offrir et de se reconnecter à l'essentiel.
- Une randonnée rafraîchissante, apaisante, bienfaisante et ressourçante où l'eau est omniprésente.
- Une grande randonnée pour prendre le temps de déconnecter, de savourer, de rencontrer et de découvrir le Jura de manière apaisée.

LE PLAN DE COMMUNICATION PROMOTION ÉCHAPPÉE JURASSIENNE 2022

Offline

Livret d'appel Échappée Jurassienne : Mise à jour en interne de la doc d'appel de 2020 avec application de la nouvelle charte graphique.

- Impression à 2 000 exemplaires.
- Diffusion : Principalement sur les 2 salons de Lyon et Paris



Création d'une carte à voyager recto-verso : Réalisation d'une carte immersive en lien avec nos axes de communication avec au dos le tracé du parcours.

- Traduction en Français et Allemand
- Impression : 40 000 exemplaires
- Diffusion :
 - Encartage dans le magazine Wandern.ch
 - Diffusion sur les opérations terrain et salons de Cartes à Voyager
 - Diffusion par Jura Tourisme et Nyon RégionTourisme en local (hébergeur, office de Tourisme...)



2 salons Lyon et Paris



Salon Destination nature de Paris et Salon Mondial du Tourisme (17 au 20 mars) Présence de l'Échappée Jurassienne sur une banque dédiée au sein du stand régional.

- Diffusion des supports Echappée Jurassienne et mise en avant de l'offre de séjour auprès des randonneurs d'Ile de France.
- Chiffre 2019 (pas de salon en 2020 et 2021 pour des raisons sanitaires) : 114 200 visiteurs et 610 exposants



Salon Rando de Lyon (25 au 27 mars) : Présence de l'Échappée Jurassienne sur un stand de 36m² avec les partenaires touristiques de l'itinéraire : Domaine de Chalain, Clévacances Jura Franche-Comté, Dole Tourisme, Cœur du Jura Tourisme, Office de Tourisme JurAbsolu, Terre d'Emeraude Tourisme, Champagnole Nozeroy Jura, Haut-Jura Arcade Morez Tourisme, Station des Rousses et Nyon Région Tourisme

- Diffusion des supports Échappée Jurassienne et mise en avant de l'offre de séjour auprès des randonneurs lyonnais
- Chiffre 2019 (pas de salon en 2020 et 2021 pour des raisons sanitaires) : 14 157 visiteurs, 152 stands

Création et envoi d'une newsletter dédiée avec Openrunner : Envoi en avril à 95 000 abonnés avec mise en avant des séjours.

Achat d'espace print :

Création d'une nouvelle annonce presse en lien avec la nouvelle charte graphique

- **FFrando – Passion rando** : 2 pages de publiédactionnel sur l'Échappée Jurassienne dans le numéro de avril/mai/juin (sortie en mars) : 70 000 exemplaires.
- **Trek mag** : Numéro Spécial minitrek de mai avec une une page de pub en 4^{ème} de couverture + un dossier Jura avec 2 ou 3 treks : 60 000 exemplaires.
- **Carnets d'aventure** : Un page de pub en 4^{ème} de couverture sur le numéro #67 (Avril mai juin 2022) : 26 500 exemplaires.



Online

Site web echappee-jurassienne.com : Mise à jour des contenus

Site web des partenaires (OTSI, Montagnes du Jura, CRT Bourgogne Franche-Comté) : Intégration dans le SIT régional de l'Échappée Jurassienne et envoi de contenus (textes + photos) pour faciliter sa valorisation sur les sites partenaires.

Campagne web en display avec la régie ADMYsport du 15 mars au 30 avril sur les sites spécialisés (Helloways, randozone, En nature Simone...) avec mise en avant des séjours Échappée Jurassienne.

Partenariat avec Outdooractive.com : 910 000 abonnés en France (55% pédestre / 30% vélo) / 55 000 fans sur les Réseaux sociaux / 66 millions de pages vues par mois.

- Mise en avant de l'EJ sur le site outdooractive avec l'ensemble des étapes (à vie)
- Dispositif de communication « printemps » comprenant une mise en avant sur les Réseaux sociaux, le site web et une newsletter envoyée à 800 000 abonnés



Partenariat avec Helloways et En Nature Simone : 29 000 fans sur les Réseaux sociaux / 150 000 abonnés en France / 100k à 400k visiteurs mensuels.



- Mise en ligne de l'Échappée Jurassienne sur le site helloways.com
- Accueil d'un influenceur pour rédaction d'un article « vécu » sur le blog En nature Simone + relais sur les Réseaux sociaux et sites web.

Accueil journaliste blogueurs (Selon opportunités) :

- Trekking et Voyage (Accueil aout 2021) et diffusion en avril 2022 : Article blog + vidéo + publication réseaux sociaux.