

ADDICTED TO LYON*

LYON TOURISME ET CONGRÈS
BILAN D'ACTIVITÉ 2012

Gérard
Clefs d'or
Lyonnais

SOMMAIRE

/ EN BREF

LES CHIFFRES 2012	PAGE 04	TOURISME DE PROXIMITÉ	PAGE 16
QUI SOMMES-NOUS	PAGE 05	MON WEEK-END A LYON	PAGE 17
LE TOURISME EN EUROPE	PAGE 06	LES ÉVÉNEMENTS CULTURELS	PAGE 18
LE TOURISME EN FRANCE	PAGE 07		

/ L'ESSENTIEL

ONLY LYON ON TOUR	PAGE 9	TOURISME D'AGRÉMENT	PAGE 20
CENTRALE DE RÉSERVATION	PAGE 10	SERVICE ACCUEIL	PAGE 21
STRATÉGIE PRESSE	PAGE 11	RELATIONS PRESSE	PAGE 22-23
FÊTE DES LUMIÈRE	PAGE 12	SERVICE MARKETING	PAGE 24
NOUVELLES VISITES GUIDÉES	PAGE 13	BUREAU DES CONGRÈS	PAGE 25
LYON WELCOME ATTITUDE	PAGE 14	BUREAU DES GUIDES	PAGE 26
ONLYLYON FLASH TOURISME	PAGE 15		

/ LES RÉSULTATS

TOURISME D'AGRÉMENT	PAGE 20
SERVICE ACCUEIL	PAGE 21
RELATIONS PRESSE	PAGE 22-23
SERVICE MARKETING	PAGE 24
BUREAU DES CONGRÈS	PAGE 25
BUREAU DES GUIDES	PAGE 26

« LYON A SU
DEVENIR EN
QUELQUES
ANNÉES UNE
DESTINATION
URBAINE
INCONTOURNABLE
EN EUROPE. »

ÉDITORIAL

DENIS TROUXE
Président Lyon Tourisme et Congrès

FRANÇOIS GAILLARD
Directeur Général

VIRGINIE CARTON
Directrice Générale Adjointe

Lyon Tourisme et Congrès affiche une nouvelle fois des résultats en progression pour 2012, traduisant le dynamisme et l'attractivité d'une destination qui résiste bien malgré un contexte économique difficile.

Grâce à une stratégie offensive menée depuis 2004, Lyon a su conforter son statut de destination internationale. Désormais, plus d'un visiteur sur deux accueilli par nos services est étranger.

En 2012, Lyon a battu tous les records en accueillant notamment un événement de très grande ampleur : le congrès ECTRIMS, qui a regroupé plus de 7300 participants en provenance de 92 pays.

D'autres indicateurs témoignent eux aussi d'une nouvelle étape franchie : le choix de la prestigieuse compagnie aérienne Emirates de s'implanter à Lyon et l'entrée de Lyon dans le top 10 des destinations françaises préférées sur le site Trip Advisor, leader mondial du tourisme sur internet.

Stimulée par un développement hôtelier ambitieux et des événements culturels toujours plus prestigieux, Lyon a su devenir en quelques années une destination urbaine incontournable en Europe.

François GAILLARD



EN BREF

4 MILLIONS DE NUITÉES
ENREGISTRÉES

soit **+2%** par rapport à 2011

15 295 CHAMBRES

soit **1 007 CHAMBRES SUPPLÉMENTAIRES**
disponibles dans le Grand Lyon (hôtels + résidences)

PROGRESSION DU CHIFFRE
D'AFFAIRES HÉBERGEMENT

de **+ 4.9%** en 2012

8 451 039 PASSAGERS

Trafic national : 38%

Trafic international : 62%

Trafic low cost : 22% du trafic total

L'HÔTELLERIE À LYON

L'AÉROPORT DE LYON

QUI SOMMES-NOUS ?

→ 108 ANS D'EXPÉRIENCE

Association loi 1901 fondée en 1905, Lyon Tourisme et Congrès assure la promotion touristique de loisirs et d'affaires du Grand Lyon en France et à l'international.

Pour faire rayonner l'agglomération, elle utilise la marque ONLYLYON, qui rassemble des partenaires institutionnels et économiques depuis 5 ans. Membre fondateur de ce label aujourd'hui reconnu à l'international, elle participe à de nombreuses actions ONLYLYON pour accroître la visibilité de l'agglomération en France et dans le monde.

→ DÉVELOPPER LE TOURISME D'AGRÉMENT, D'AFFAIRES ET DE PROXIMITÉ

Rattachée au Grand Lyon depuis 2010, Lyon Tourisme et Congrès a complété ses missions historiques sur le tourisme loisirs et d'affaires par le développement du tourisme de proximité. Ainsi, en plus de s'adresser aux touristes français et étrangers, l'association communique auprès des habitants des 58 communes de l'agglomération.

→ ACCOMPAGNER LES ACTEURS DU TOURISME DU GRAND LYON

Financée en partie par ses 750 adhérents, professionnels du tourisme de la région, Lyon Tourisme et Congrès a développé pour eux des outils de promotion et de commercialisation très performants. Hôtels, restaurants, sites culturels et de loisirs, magasins ou opérateurs de transport bénéficient ainsi d'un dispositif de communication puissant, mais surtout d'une centrale de réservation, qui a dégagé plus de 1,342 millions de chiffre d'affaires en 2012.

→ COMMERCIALISER DES PRODUITS TOURISTIQUES INNOVANTS

À travers ses 5 antennes, son site et sa centrale de réservation, Lyon Tourisme et Congrès commercialise aussi ses propres produits. Visites guidées, Lyon City Card, produits griffés et vitrines proposées comme espaces publicitaires génèrent ainsi plus d'un tiers de son budget en ressources propres.

**LYON TOURISME ET CONGRÈS RASSEMBLE
80 COLLABORATEURS DANS 7 SERVICES**

LE SERVICE ACCUEIL

- Objectif : accueillir, renseigner, orienter les visiteurs sur l'offre touristique du Grand Lyon
- Effectif : 20 personnes sur les 5 points d'accueil (Bellecour, Antenne Vieux-Lyon, Givors, Marcy l'Étoile et Eurexpo)

LE BUREAU DES GUIDES

- Objectif : organiser les visites guidées pour une clientèle individuelle ou de groupe (173 thèmes de visite)
- Effectif : 5 personnes et 30 guides conférenciers

LE BUREAU DES CONGRÈS ET DES SALONS

- Objectif : générer des manifestations professionnelles et coordonner l'offre d'affaires
- Effectif : 9 personnes

LE SERVICE MARKETING

- Objectif : harmoniser et développer les outils et produits de Lyon Tourisme et Congrès à travers divers dispositifs de communication
- Effectif : 10 personnes

LE SERVICE PROMOTION

- Objectif : accroître la notoriété de Lyon auprès des professionnels du tourisme, de la presse et du grand public
- Effectif : 4 personnes

LES SERVICES DIRECTION ET GESTION

- Objectif : gérer l'administration et la qualité de Lyon Tourisme et Congrès
- Effectif : 8 personnes

LE SERVICE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME DANS LE GRAND LYON

- Objectif : développer le tourisme de proximité au sein des 58 communes
- Effectif : 1 personne

**LYON TOURISME
ET CONGRÈS
BUDGET 2012**

6,8 millions € dont un tiers de ressources propres



INDUSTRIE DU TOURISME (EUROPE)

RÉGION LA PLUS VISITÉE AU MONDE

1,035 MILLIARDS
D'ARRIVÉES ENREGISTRÉES

+ 3% DE TOURISTES INTERNATIONAUX

LE TOURISME
URBAIN DOMINE

LE TOURISME EUROPÉEN

CARACTÉRISTIQUES

PLUS DE 5%
DU PIB DE L'UNION EUROPÉENNE

1,8 MILLION
D'ENTREPRISES RECENSÉES DANS LE SECTEUR DU TOURISME

9,7 MILLIONS
D'EMPLOIS

IMPACT ÉCONOMIQUE

FRANCE

1^{ÈRE} DESTINATION

AU MONDE PAR LE NOMBRE
DE VISITEURS ÉTRANGERS

77 MILLIARDS

D'EUROS DE RECETTES EN 2012

7%

DU PIB

2 MILLIONS

D'EMPLOIS

INDUSTRIE DU TOURISME (FRANCE)

LYON

HÉBERGEMENT

2ND PARC

HÔTELIER URBAIN

+ 6,6%

D'HÉBERGEMENTS HÔTELIERS
(PAR RAPPORT À 2011)

2ND TAUX

D'OCCUPATION DERRIÈRE PARIS

TOURISME

30 000 EMPLOIS

1 MILLIARD D'EUROS

DE CHIFFRE D'AFFAIRES





L'ESSENTIEL 2012

LES ACTUALITÉS QUI ONT MARQUÉ L'ANNÉE





ONLYLYON ON TOUR

PAR BLANDINE THENET ET ANTHONY PERRI

Fort du succès de la première édition, Blandine Thenet, directrice du service Promotion, et Anthony Perri, chef de projet, ont repris la route du ONLYLYON On Tour pour promouvoir Lyon dans 10 villes françaises et européennes. Animée par les danseurs du Pockemon Crew et le grapheur Knar, cette tournée de street marketing a permis d'aller à la rencontre de 300 000 personnes et de toucher, à travers les retombées média, plus d'un million de personnes.

LYON ON THE ROAD AGAIN !

Après un triomphe en 2011, le bus rouge et noir du ONLYLYON On Tour est reparti en tournée du 27 avril au 30 juin 2012 pour faire escale dans 10 villes françaises et européennes. Nouveauté cette année : en plus des incontournables break-danseurs du Pockemon Crew, le grapheur Knar, célèbre pour ses canards perchés dans toute la ville, a rejoint le staff. « Knar correspondait bien à l'esprit de la tournée, qui présente et valorise Lyon d'une façon moderne et décalée », explique Blandine, qui précise : « il est intervenu en performance live 4 à 5 fois par jour, en alternance avec les shows du Pockemon Crew, pour créer « Léon », la mascotte de la tournée. »

LE SHOW DE TOUS LES RECORDS

Démarrée à Lyon, la tournée a enflammé les plus belles places d'Europe à Barcelone, Madrid, Rome, Strasbourg, Genève, Paris, Francfort, Londres et Bruxelles. Elle a relevé le défi d'une très bonne première année, avec 300 000 personnes accueillies (en augmentation de 50% par rapport à 2011), 80 shows et 40 séances de master classes des Pockemon Crew, 10 « Léon » aux couleurs des villes étapes et 60 graffs de Léon dédiés ! « Les visiteurs pouvaient également gagner des cadeaux aux couleurs de l'événement, des week-ends VIP à Lyon, et prendre la pose devant une animation photo relayée sur Facebook par un système de borne wifi », explique Anthony. Un point d'information permettait également aux visiteurs intéressés d'organiser leur séjour à Lyon.

En plus des personnes rencontrées, la tournée a fait exploser le trafic sur le site www.lyon-france.com ! Les hausses de connexions provenant des villes traversées par la tournée sont éloquentes : +132% à Madrid, + 103% Barcelone, +79% à Londres, ou encore + 58% à Rome. En comptant ces connexions et les retombées presse, ce sont plus d'un million de personnes qui ont entendu les rugissements de Lyon !

Merci aux partenaires de l'opération en 2012 : Hôtel le Royal 5*, RhônExpress, EasyJet, SNCF et Inter Beaujolais.



ONLYLYON ON TOUR EN CHIFFRES

- Plus d'1 million de personnes touchées
- 300 000 personnes accueillies sur le village
- 160 000 internautes touchés sur Facebook
- 8 000 inscriptions au jeu concours (10 week-ends pour 2 à gagner)
- 16 000 brochures / 20 000 cartes postales distribuées



« RENFORCER LA
NOTORIÉTÉ DE
LYON COMME
DESTINATION DE
WEEK-END IDÉALE
DANS DES VILLES
AUX CONNEXIONS
RAPIDES. »



→ 70 œuvres réalisées par Knar

CENTRALE DE RÉSERVATION



PAR LAURENCE KAGIALIS, CAROLE VIAL, ALEXANDRE VICTOR-PUJEBET,
BÉATRICE LACHANA ET DELPHINE RODRIGUEZ

La centrale de réservation de Lyon Tourisme et Congrès voit ses ventes augmenter en continu depuis sa création il y a 5 ans. Ses atouts ? Un web-planning géré par les partenaires eux-mêmes, offrant plus de souplesse, et un panier dynamique permettant de compiler plusieurs produits avant le paiement : hôtels, activités de loisirs, visites guidées et Lyon City Card... pour des séjours sur mesure.

« CLÉ D'ENTRÉE
SUR L'ENSEMBLE
DE NOS
PRODUITS, LA
CENTRALE DE
RÉSERVATION
EST UN AVANTAGE
IMPORTANT
POUR NOS
ADHÉRENTS
COMME
POUR NOS
VISITEURS »

UN OUTIL PERFORMANT ET INCONTOURNABLE

LYON CLÉS EN MAIN POUR LES TOURISTES

Outil de commercialisation devenu incontournable, la centrale de réservation se développe en continu. Depuis 5 ans, son offre s'est largement diversifiée pour intégrer en plus des traditionnels hébergements et loisirs, des visites guidées, excursions et transports... Résultat : elle enregistre chaque année une augmentation moyenne de 5%. Si la consultation du site par les touristes progresse, la centrale de réservation est aussi l'outil privilégié des conseillers en séjour. Dans les antennes ou au téléphone, ils accompagnent les touristes au plus près de leur besoin pour leur proposer une offre sur mesure.

UNE OFFRE TRÈS RICHE EN HÉBERGEMENT

Parmi l'éventail d'offres proposées, les hébergements restent en tête des ventes et génèrent 62% du chiffre d'affaires. « Spontanément, la clientèle se tourne vers nous pour choisir un logement, rassurée par le contact physique ou l'accueil téléphonique, et surtout par l'accompagnement d'un Office du Tourisme perçu comme spécialiste de la destination », explique un membre de l'équipe marketing qui précise : « nous avons compilé une offre très riche et diversifiée ».

PACKAGES, PROMOTIONS ET AVIS CLIENT

Autre atout de la centrale de réservation : son panier d'achat dynamique pour programmer son séjour sur mesure de l'hôtel, à la croisière-promenade en passant par une visite culturelle. Et pour guider les touristes, elle propose des packages clés en main adaptés à tous les profils : en couple, en famille, entre amis ! À l'intérieur de ces offres, la centrale a aussi intégré depuis 2010 des promotions et des avis clients qui ont eu un impact sensible sur les ventes.

LA CENTRALE DE RÉSERVATION EN CHIFFRES (2008-2012)

- 112 500 réservations
- 242 500 clients
- 49% du chiffre d'affaires généré par l'accueil physique
- De 50 prestations en 2008 à 140 hébergements et 75 produits de loisirs en 2012

SÉJOUR



RÉSERVEZ MAINTENANT

HÉBERGEMENTS
VISITES GUIDÉES
LYON CITY CARD

LES WEEK-ENDS FOUS DE LYON

VOTRE WEEK-END
À MOITIÉ PRIX !

A PARTIR DE 140 €

STRATÉGIE PRESSE

PAR MARINE GUY

En 2012, le service presse a confirmé sa stratégie, porteuse, initiée il y a quelques années : conforter la notoriété de Lyon sur les pays européens et l'étendre, de plus en plus loin. Cette année fut également l'occasion de promouvoir les nouvelles lignes ferroviaires et aériennes et de développer la communication institutionnelle de Lyon Tourisme et Congrès. Des orientations présentées par Marine Guy, attachée de presse.



« LES MÉDIAS SONT UN FORMIDABLE LEVIER POUR DÉVELOPPER LA NOTORIÉTÉ DE LYON EN EUROPE ET DANS LE RESTE DU MONDE »

UN RAYONNEMENT AU-DELÀ DES FRONTIÈRES EUROPÉENNES

Pour faire parler de Lyon dans les journaux internationaux, le service presse a organisé en 2012 de nombreux accueils de journalistes dans la ville. Si les Européens sont venus nombreux, les journalistes de marchés lointains – États-Unis, Brésil, Japon, etc. –, ont aussi confirmé, par leur présence, l'intérêt grandissant suscité par Lyon hors des frontières du continent. La progression des parutions internationales en 2012 réaffirme l'attrait international pour la ville Lumière.

UNE VILLE PERÇUE COMME MODERNE ET DYNAMIQUE

Parmi les thèmes traités, si la gastronomie reste le sujet le plus porteur, et la soie un classique qui fait toujours recette, de nouveaux axes se dégagent depuis 2011. Exit Lyon la traditionnelle, la ville est aujourd'hui une vraie capitale « arty », avec ses quartiers branchés et ses boutiques vintage, qui vibre au rythme d'événements incontournables (Biennale d'Art Contemporain, Nuits Sonores, etc.). Parallèlement, le travail des équipes de Lyon Tourisme et Congrès visant à positionner Lyon comme une destination de courts séjours est payant : de plus en plus d'articles prennent la forme de carnets de voyages (ex : 48 heures à Lyon).

UNE DESTINATION CONNECTÉE

Des collaborations fructueuses avec les transporteurs

2012 a aussi été marquée par les nombreuses ouvertures de lignes aériennes et ferroviaires, qui ont été l'occasion d'accueillir des journalistes pour leur faire découvrir la destination grâce à nos partenaires (Rhône-Alpes Tourisme, Atout France, etc.). Le lancement des lignes TGV Rhin-Rhône et France-Italie (Paris-Lyon-Chambéry-Turin-Milan), ainsi que les ouvertures des lignes BMI (Lyon-Manchester) et Air France (Lyon-Budapest), ont généré des retombées très prestigieuses : El Corriere de la Serra, Il Giornale, Metro Budapest, etc. D'autre part, grâce au voyage de presse organisé avec Eurostar, Lyon s'est invitée dans les colonnes de The Mail on Sunday, The Times, The Independent, etc.

UN OFFICE DU TOURISME DYNAMIQUE

Enfin, Lyon Tourisme et Congrès a intensifié sa communication institutionnelle, et a informé davantage les médias de son actualité, de ses résultats et de ses actions. Le déjeuner presse présentant le bilan d'activité de Lyon Tourisme et Congrès organisé en mars 2012 fait partie des grands succès de l'année, tout comme les animations du Pavillon d'accueil. Porté par une actualité très intense en 2012 : ouverture du point d'accueil commun Lyon Tourisme et Congrès et TCL SYTRAL à Saint-Jean, organisation de Lyon Street Race avec I-WAY, intégration de Vélo'v dans la Lyon City Card, déplacements de la sculpture ONLYLYON ou encore accueil du congrès ECTRIMS, le service a su susciter l'intérêt de la presse, sollicitée par des conférences ou l'envoi de communiqués. La progression de 69% des communiqués en 2012 a été largement récompensée par des retombées presse en forte progression.

LES MISSIONS DU SERVICE PRESSE

- Communication institutionnelle : promouvoir les actions de Lyon Tourisme et Congrès dans les médias
- Promotion de la destination en soutien des actions du Service Promotion : générer des articles touristiques dans la presse nationale et internationale
- Promotion de l'ensemble des activités et attraits touristiques du Grand Lyon



FÊTE DES LUMIÈRES

PAR CÉCILIA PRUDHOMME



Renseigner 1/10^{ème} des touristes annuels sur 4 jours ? C'est le défi relevé par le Pavillon Bellecour, antenne d'accueil principale de Lyon Tourisme et Congrès, durant la Fête des Lumières. La mission du service accueil : informer les touristes sur la Fête, mais aussi leur proposer toute l'offre pour découvrir Lyon en journée. Cécilia Prudhomme revient sur le dispositif mis en place à cette occasion.

« EN ATTIRANT DES TOURISTES DU MONDE ENTIER, CURIEUX DE DÉCOUVRIR LA VILLE INSCRITE AU PATRIMOINE DE L'UNESCO, LA FÊTE DES LUMIÈRES EST L'OCCASION IDÉALE DE PROPOSER TOUTE NOTRE OFFRE EN JOURNÉE ! »

S'ADAPTER À LA FÊTE DE TOUS LES RECORDS

En 2012, 4 millions de personnes sont venues admirer les illuminations lyonnaises du 6 au 9 décembre, soit une fréquentation en hausse de 54%. Situé au cœur même des festivités, le Pavillon d'Accueil de la place Bellecour avait tout prévu pour faire face à cet afflux de touristes. Sur la place royale, une équipe s'était installée dans une Airstream, caravane américaine aux couleurs de la fête, pour orienter les touristes et distribuer 50 000 programmes de la Fête des Lumières. Dans le Pavillon, le service accueil avait renforcé ses rangs et élargit ses horaires, de 9h à 21h, pour renseigner 46 300 visiteurs sur 4 jours, soit 1/10^{ème} de la fréquentation annuelle.

au succès du festival. Le Pavillon d'Accueil a lui aussi revêtu les couleurs de la Fête avec ses vitrophanies thématisées et ses écrans d'information personnalisés pour l'occasion.

CONSEILLER LES TOURISTES SUR LEURS ACTIVITÉS EN JOURNÉE

L'objectif de ce dispositif : proposer aux nombreux touristes toute l'offre lyonnaise en journée. « Avec une notoriété au-delà des frontières européennes, la Fête des Lumières a en effet attiré des visiteurs venus du monde entier », explique Cécilia Prudhomme, qui précise : « ces touristes sont particulièrement curieux de découvrir tous les aspects de la ville inscrite au patrimoine de l'UNESCO ». Durant l'événement, le dispositif renforcé du Pavillon Bellecour a permis de répondre à une demande exceptionnelle de Lyon City Cards, visites guidées et découverte de la ville en bus ou en bateau.

REVÊTIR LES COULEURS DE LA FÊTE

L'antenne du Vieux-Lyon était elle-aussi sur le qui-vive pour accueillir les touristes du quartier Renaissance. Pour se préparer à la fête, tous les conseillers en séjour de Lyon Tourisme et Congrès, habillés aux couleurs de l'événement, ont aussi été formés par les organisateurs pour répondre au mieux aux demandes des visiteurs. Ils ont largement participé

TOP 3 DES NATIONALITÉS ACCUEILLIES

- Italiens (15,7%)
- Chinois (4,5%)
- Allemands (1,8%)



NOUVELLES VISITES GUIDÉES

PAR LUC VERRET

Entrer dans les coulisses du stade de Gerland et de l'Opéra, frissonner dans des quartiers témoins de crimes célèbres ou faire du lèche-vitrine aux Halles de Lyon : si la visite du cœur historique de la cité est toujours un incontournable, les touristes sont séduits par des visites guidées originales. Une tendance que Luc Verret, directeur des Services réceptifs, constate depuis 2011.



« C'EST LA DEMANDE QUI CRÉE L'OFFRE : NOUS ADAPTONS NOS VISITES À LA FAMILLE ET AUX ÉVÉNEMENTS. NOUS SOMMES ATTENTIFS À COLLER À LA FOIS AUX TENDANCES ET AUX ATTENTES DE NOS CLIENTS. »

/ SÉDUIRE, DU GRAND LYONNAIS AU JAPONAIS

2012 confirme la tendance : les touristes sont de plus en plus curieux de découvrir la ville, ses quartiers, son histoire et ses anecdotes... En progression constante depuis deux ans, le Bureau des Guides a encore battu son record en 2012, avec 117 000 visiteurs. Le secret de cette réussite ? Les touristes des pays lointains sont de plus en plus nombreux à faire une halte à Lyon - le succès des visites guidées en japonais en témoigne - et le Bureau des Guides a su adapter son offre aux nouvelles tendances. Ainsi, si la visite du cœur historique de la cité inscrite au patrimoine de l'UNESCO représente encore près de 80% des visites guidées, plébiscitée notamment par ces touristes venus de l'extérieur de l'Europe, les nouvelles visites sont de plus en plus plébiscitées.

LYON POUR TOUS LES GOÛTS

Lancée l'année dernière, « Découverte du Vieux Lyon en famille », fait partie des best-sellers. Adaptée aux 6-12 ans, accompagnés de leurs parents ou grands-parents, la visite présente d'une façon ludique - quiz, anecdotes, interactivité - l'architecture, les canuts

et bien sûr Guignol. Et pour attirer les plus grands, le Bureau des Guides a conçu précédemment de nouvelles visites dans l'ère du temps. Au programme : les Halles de Lyon pour les amateurs de cuisine, de plus en plus nombreux, les coulisses du stade de Gerland pour les fans de foot, ou encore le quartier de Confluence pour les touristes « branchés » architecture. Quant aux communes du Grand Lyon, elles ne sont pas oubliées, car elles regorgent aussi de véritables pépites. En 2012, le Bureau des Guides a notamment lancé une nouvelle visite des fresques murales de l'Hôtel de Ville de Grigny.

DES VISITES RYTHMÉES PAR LES GRANDS ÉVÉNEMENTS

Autre clé du succès de ces visites : coller à l'actualité. « Notre catalogue de visites est fortement influencé par les événements de l'agglomération », explique Luc. Ainsi pendant « Quais du Polars », le Bureau des Guides met en avant sa visite « Crimes et faits divers », durant le Festival Label Soie il triple son offre autour du thème de la soie et pour les Journées Européennes du Patrimoine, il met en avant les visites les plus insolites. On peut alors découvrir le Vinatier, l'Institut franco-chinois ou encore les quais de Saône de façon très originale. « Grâce aux connaissances de nos guides-conférenciers diplômés, notamment sur notre patrimoine caché, nous intéressons les Lyonnais en leur faisant découvrir leur ville autrement », souligne Luc. Enfin, rendez-vous incontournable, la Fête des Lumières n'échappe pas à la tendance et l'ensemble des 30 guides est sur le « pied de guerre » pour faire apprécier la ville durant 4 jours : en 2012 près de 300 visites ont été organisées !

LES VISITES GUIDÉES

30% en individuel

70% en groupes

LE BUREAU DES GUIDES EN CHIFFRES

- 1^{er} bureau des guides en France
- 30 guides-conférenciers diplômés
- 75 thèmes de visites proposés en 11 langues
- 4 nouvelles visites en 2012 : Le chemin de Choulans, la Visite famille, Lyon Confluence et son musée, la Visite de l'hôtel de ville de Grigny.



LYON WELCOME ATTITUDE

PAR VALÉRIE DUCAUD



Attirer les plus grands congrès internationaux en facilitant leur organisation, mais aussi le séjour des participants : l'accueil « made in Lyon » a plus que jamais porté ses fruits en 2012. Au cœur de cette stratégie, la Lyon Welcome Attitude est devenue l'un des atouts de Lyon pour mieux recevoir des événements d'envergure. Valérie Ducaud, directrice du Bureau des Congrès et des Salons, détaille ce programme unique.

UN ACCUEIL « MADE IN LYON »

« AVEC PARIS, NOUS SOMMES LA SEULE VILLE FRANÇAISE À SE DOTER D'UN DISPOSITIF D'ACCUEIL DE CETTE ENVERGURE EN TOURISME D'AFFAIRES »

Avec l'accueil du plus gros congrès jamais organisé à Lyon (plus de 7000 participants !) et la réception d'une dizaine de manifestations d'envergure, la ville confirme sa position parmi les capitales du tourisme d'affaires. Infrastructures, capacité hôtelière et dispositifs d'accueil : le Bureau des Congrès et des Salons et ses partenaires savent répondre aux besoins des plus grands événements internationaux. 12 salons d'envergure ont ainsi bénéficié à Lyon en 2012 de la Lyon Welcome Attitude.

et la Recherche sur la Sclérose en Plaques a battu tous les records. « ECTRIMS a prouvé que nous étions capables de répondre à un défi de taille : accueillir l'ensemble des participants sur une durée très courte, moins de 24 heures, et assurer un départ dans un délai tout aussi restreint ! », explique Valérie, qui souligne : « nous avons pu relever ce challenge grâce au déploiement d'équipes mobiles chargées d'accueillir, orienter et renseigner les participants sur le programme et la destination ».

UN DISPOSITIF COMPLET

Ce service d'accueil, destiné aux salons de plus de 5 000 visiteurs et congrès de plus de 3 000 participants, s'articule autour de trois grands axes : « faciliter l'accès et le déplacement des visiteurs, leur réserver un accueil chaleureux et leur faciliter la consommation de la ville », explique Valérie. Pour les aider à trouver leur chemin, les services du Bureau des Congrès et des Salons installent une signalétique de « bienvenue » dans les rues de la ville et dans les hôtels. Des hôtes d'accueil leur apportent de l'information en gares, dans le métro et à l'aéroport Lyon-Saint Exupéry. Enfin, les restaurants et commerces se mobilisent pour qu'ils bénéficient de réductions dans de nombreux lieux phares de la ville durant l'ensemble de leur séjour. Un dispositif réalisé de concert avec les sites d'accueil et les organisateurs afin de répondre au mieux aux besoins spécifiques de chaque manifestation.

12 GRANDS SALONS ET 1 CONGRÈS D'ENVERGURE

SIRHA, Patrimonia, Pollutec, Salon Piscine, Print'or, Solutrans... au total, 12 salons ont profité de cet accueil « made in Lyon ». 2012 a surtout été marquée par le plus grand colloque jamais accueilli. Avec 7 300 participants, ECTRIMS, le congrès du Comité Européen pour le Traitement

LES AUTRES SERVICES DU BUREAU DES CONGRÈS ET DES SALONS

- **Pack 1500** : outil d'aide à la vente pour les congrès associatifs de plus de 1 500 participants incluant la gratuité des transports en commun, un accueil personnalisé dans les hôtels, mis en place en 2012 durant le 19^e European Congress of Obesity ECO (3 000 participants), le World Wide Web - WWW2012 (1 500 participants) ou le Congrès de l'Association for Medical Education in Europe (3 000 participants).
- **ExpoBooster** : dispositif d'aide aux porteurs de projet pour la création et l'organisation de salons à rayonnement national ou international sur les filières d'excellence, ExpoBooster sélectionne un dossier par an pour une aide et un accompagnement sur trois ans.
- **Charte hôtels** : homogénéisation des conditions générales de vente des hôtels concernés par l'accueil de congrès associatifs générant plus de 1000 nuitées.
- **Chartes autocars** : harmonisation de l'offre des entreprises autocaristes auprès des organisateurs d'événements professionnels de plus de 500 participants.



ONLYLYON FLASH TOURISME

PAR CATHERINE ROMEYER ET VIRGINIE CARTON



Indiquer la température du tourisme à Lyon à travers les chiffres de l'aéroport, de l'INSEE mais aussi des loisirs : en deux ans, le Baromètre Touristique du Grand Lyon est devenu un outil statistique incontournable. Catherine Romeyer, Chargée de développement Tourisme Grand Lyon et Virginie Carton, Directrice Adjointe de Lyon Tourisme et Congrès, présentent cet outil contributif et sa petite sœur : la newsletter mensuelle lancée en 2012.

« LE ONLYLYON FLASH
TOURISME APPORTE
UNE BONNE ANALYSE
DES CHIFFRES DE
FRÉQUENTATION ET
RÉVÈLE LES GRANDES
TENDANCES DU
TOURISME LYONNAIS »

DONNER UNE VISION PLUS COMPLÈTE DU TOURISME

Comment rendre compte, en plus de la fréquentation, de l'activité et de la consommation touristique lyonnaise ? C'était le défi du Baromètre Touristique du Grand Lyon lancé en 2011. Le principe ? Capitaliser sur les données des partenaires – notamment musées et loisirs – pour créer un indicateur plus précis que les seules statistiques de nuitées de l'INSEE et arrivées de passagers à Lyon-Saint Exupéry. « 40 partenaires ont pris l'habitude d'intégrer leurs chiffres tous les mois dans cet outil collaboratif en ligne. Grâce à la fréquentation des centres d'information touristique, aux entrées des musées, aux ventes de Lyon City Cards et aux chiffres des attractions touristiques, nous obtenons des données très précises sur l'activité touristique », explique Catherine, en charge de l'animation de l'outil.

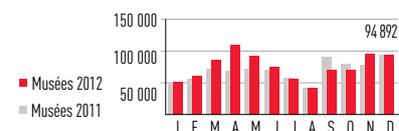
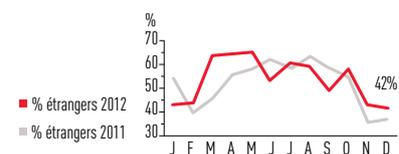
de la CCI de Lyon, du Grand Lyon et de notre équipe. Chaque première semaine du mois, nous nous réunissons pour prendre la température du marché et analyser les grandes tendances de la fréquentation », explique Virginie. Le ONLYLYON Flash Tourisme est ensuite envoyé aux partenaires publics et privés de Lyon Tourisme et Congrès.

DES ABONNÉS FIDÈLES AU FLASH

Cette démarche contributive souligne une véritable politique de la transparence des partenaires, qui se prêtent au jeu tous les mois, et participent au succès de la newsletter. Après seulement 6 mois d'activité, le ONLYLYON Flash Tourisme compte 1 500 abonnés et enregistre de bons taux d'ouverture, révélateurs de l'adhésion de ces abonnés. Et ces chiffres ne peuvent que progresser : la newsletter est ouverte à tous, sur simple demande !

ANALYSER LES GRANDES TENDANCES DU MARCHÉ

Et pour valoriser ce travail et aller plus loin dans l'analyse des chiffres, Lyon Tourisme et Congrès a créé cette année une newsletter mensuelle présentant les résultats du baromètre : le ONLYLYON Flash Tourisme. « Nous avons constitué un comité éditorial, composé de représentants



LE BAROMÈTRE EN LIGNE

→ www.lyon-france.com/barometre

POUR S'ABONNER À LA NEWSLETTER

→ cromeyer@lyon-france.com



TOURISME DE PROXIMITÉ

PAR CATHERINE ROMEYER



Marque de proximité de Lyon Tourisme et Congrès, Mon week-end à Lyon a continué sa conquête du territoire en 2012. Après le site en 2010, la carte des loisirs en 2011, l'équipe est partie à la rencontre des habitants pour promouvoir le Grand Lyon. Chargée de développement Tourisme Grand Lyon, Catherine Romeyer fait le point sur ces opérations.

« AIDER LES GRANDS LYONNAIS À S'APPROPRIER LA DÉMARCHE DE MON WEEK-END À LYON EN SE POSITIONNANT AU CŒUR DE LEUR VIE QUOTIDIENNE »

ORIENTER LES GRANDS LYONNAIS

Dans la continuité du site Internet www.monweekendalyon.com, premier outil de promotion du « terrain de jeu » des Grands Lyonnais, la démarche a été complétée par une carte des loisirs qui s'est largement invitée dans les foyers de l'agglomération. Idéale pour dénicher de nouvelles activités (220 propositions de loisirs !), des idées de parcours ou des bons plans, cette carte a été diffusée à 35 000 exemplaires.

« Les habitants du Grand Lyon ont besoin d'identifier leur territoire, sa géographie, ses parcs... Cet outil est très apprécié par les habitants de l'agglomération », indique Catherine. En plus des présentoirs répartis sur l'ensemble des 58 communes du Grand Lyon, la carte a été très largement distribuée lors d'opérations d'envergure.

MON WEEK-END À LYON SUR TOUS LES FRONTS

Cette année, le tourisme de proximité s'est invité dans 12 manifestations. Outre les grands salons Mahana (tourisme) et Foire de Lyon, Mon week-end à Lyon a renforcé sa présence sur le Rallye de Charbonnières, à Givors en Fête, au Festival Woodstower au Grand Parc et lors de la course féminine Courir pour elles au Domaine de Lacroix-Laval. « Ces événements nous ont permis de présenter notre carte et notre site internet tout en distribuant des goodies », détaille Catherine. Et pour se rapprocher toujours plus des Grands Lyonnais au quotidien, l'équipe de Mon week-end à Lyon a investi les centres commerciaux d'Ecully et Givors et les marchés de Neuville et Craponne.

LES RIVERAINS CONNECTÉS À LEUR TERRITOIRE

Cette présence sur le terrain de la marque de proximité et le succès des outils papier comme le plan encouragent les connexions à www.monweekendalyon.com pour consulter des offres complémentaires. Le site fournisseur officiel de loisirs dans le Grand Lyon enregistre ainsi une fréquentation en augmentation de 47% en 2012. De son côté, la newsletter arrive chaque semaine dans les boîtes mail de 8 000 abonnés toujours plus curieux de découvrir leur territoire...

LES LYON CITY HELPERS

→ Ambassadeurs de Lyon Tourisme et Congrès sur tous les terrains, les Lyon City Helpers ont largement participé au succès des opérations de promotion Mon week-end à Lyon. Ces 7 jeunes volontaires en service civique ont sillonné le Grand Lyon pour orienter et informer les visiteurs.



MON WEEK-END A LYON.COM



COMITÉ DE RÉDACTION : JULIE MASSON, LAETITIA DI CROCCO,
ISABELLE FOURNET, VIRGINIE BILLY

Bons plans culture, idées de sorties en famille, festivals :
www.monweekendalyon.com est le parfait allié des Grands Lyonnais et
Rhônalpins pour leurs week-ends dans la région. Deux ans après son lancement,
le site enregistre un trafic en progression de 47%, avec 384 000 visites en 2012.

DES WEEK-ENDS BIEN INSPIRÉS COUPS DE CŒUR ET SUGGESTIONS

Ambassadeur du tourisme de proximité, www.monweekendalyon.com s'est imposé en deux ans comme source d'inspiration incontournable des Grands Lyonnais. Avec 5 000 bons plans, activités de loisir, événements, établissements nocturnes ou sorties culturelles, le site s'impose en effet comme le partenaire idéal des Rhônalpins. Son secret ? Un contenu riche : plus de 1 000 idées rédigées par le pool rédactionnel de Lyon Tourisme et Congrès, près de 4 000 inspirations tirées de SITRA*, base de données de l'offre touristique et de loisirs rhônealpine, et des informations de partenaires. www.monweekendalyon.com est en effet associé à Citizen Kid, site d'information pour les familles et les enfants, et au journal culturel le Petit Bulletin.

UN CONTENU RICHE

« Nous avons d'excellents retours des visiteurs sur la qualité de nos textes », indique l'équipe. « Grâce à ce contenu riche, nous bénéficions d'un très bon référencement naturel : nous progressons constamment sur les moteurs de recherche ». Ce travail conjugué aux actions de promotion explique les

excellents résultats du site, qui enregistre 384 000 visites en 2012, contre 260 000 en 2011.

UNE NEWSLETTER PERSONNALISÉE

Autre atout majeur générateur de trafic : une newsletter mettant en avant 4 coups cœur par semaine est envoyée aux abonnés tous les mercredis. Sélectionnés par l'équipe éditoriale, ces bons plans sont accompagnés de la météo du week-end et d'un agenda des événements dans le Grand Lyon. Et pour coller au plus près des attentes des Grands Lyonnais, les abonnés peuvent personnaliser cette lettre en sélectionnant le ou les quartiers qui les intéressent. « C'est généralement en milieu de semaine que l'on décide de ses activités de week-end. Cette newsletter répond parfaitement à la demande de loisirs de proximité de dernière minute », explique l'équipe. 8 000 Grands Lyonnais abonnés l'attendent tous les mercredis...

* Lyon Tourisme et Congrès est membre du comité exécutif de SITRA depuis sa création

« UNE SÉLECTION DE
BONS PLANS TRIÉS SUR LE
VOLET POUR RÉPONDRE À
LA DEMANDE DE LOISIRS
DE PROXIMITÉ »

MON WEEK-END À LYON EN BREF

- Le site web
monweekendalyon.com
a enregistré 384 000
visites en 2012
- La newsletter a fidélisé
8 000 abonnés
- Plus de 5 000 bons
plans répertoriés



CARTON PLEIN POUR LES GRANDS RENDEZ-VOUS LYONNAIS



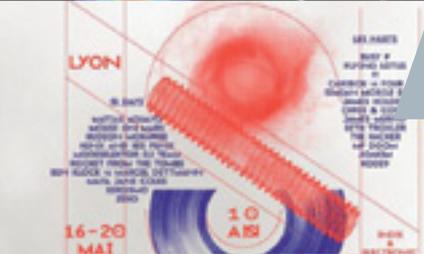
4 MILLIONS

de visiteurs en 4 jours

46 300 PERSONNES

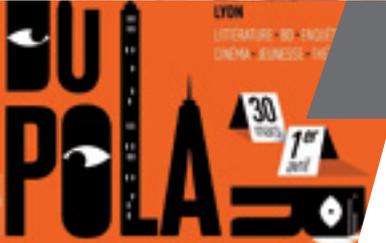
accueillies au Pavillon d'Accueil

FÊTE DES LUMIÈRES



82 000 FESTIVALIERS

NUITS SONORES



45 000 VISITEURS

QUAIS DU POLAR



98 000 SPECTATEURS

En extérieur et en salle

BIENNALE DE LA DANSE

100 000 FESTIVALIERS

FESTIVAL LUMIÈRE





RESULTATS 2012

LE BILAN DES 6 SERVICES
DE LYON TOURISME ET CONGRÈS



TOURISME D'AGREMENT

En 2012, Lyon réaffirme sa bonne place parmi les grandes destinations de week-end. Le taux d'occupation en fin de semaine et le lissage de la fréquentation sur l'année attestent du développement du court séjour. La progression des demandes des professionnels du tourisme des marchés moyens et longs courriers confirme la dimension internationale de Lyon, qui reste aussi le terrain de jeu favori des Grands Lyonnais.

1 000

PROFESSIONNELS ACCOMPAGNÉS
ET RENSEIGNÉS
(+22%)

315

PROFESSIONNELS DU TOURISME ACCUEILLIS
EN ÉDUCTOURS (VOYAGES D'ÉTUDES)
(+ 41%)

1 MILLION

DE PERSONNES TOUCHÉES
PAR LA TOURNÉE ONLYLYON ON TOUR

24

PARTICIPATIONS À DES SALONS, WORKSHOPS,
DÉMARCHAGES, MISSIONS À L'ÉTRANGER,
OPÉRATIONS DE STREET MARKETING

35 000

CARTES DE LOISIRS DIFFUSÉES
AUX GRANDS LYONNAIS

LYON, DESTINATION DE WEEK-END INCONTOURNABLE

LYON CONFORTE SON ATTRACTIVITÉ

Avec l'ouverture de nouvelles liaisons aériennes et ferroviaires et la communication réalisée lors de la grande tournée européenne ONLYLYON on Tour, le tourisme de week-end se développe sensiblement à Lyon. Signe de cette progression, le taux d'occupation des hébergements en week-end résiste bien en 2012 à 54,3%.

UNE ESCALE ESTIVALE PRIVILÉGIÉE

LA PÉRIODE ESTIVALE DE PLUS EN PLUS PRISÉE

Si Lyon réaffirme sa position de destination de week-end, avec une fréquentation lissée tout au long de l'année et un pic au printemps et à l'automne, elle est également de plus en plus prisée durant la période estivale. Ainsi, de 2005 à 2012, la fréquentation des hôtels a progressé de près de 18,7% en juillet et 19,5% en août. Sur la route de leurs vacances, les touristes n'hésitent plus à faire une escale lyonnaise.

FAIRE RUGIR LYON À L'ÉTRANGER

En 2012, Lyon Tourisme et Congrès a tout fait pour mettre la ville en lumière. ONLYLYON ON TOUR a ainsi sillonné 10 grandes villes européennes, à commencer par Lyon, pour développer la notoriété de la ville auprès du grand public. Mais les professionnels du tourisme n'ont pas été en reste : Lyon Tourisme et Congrès a organisé de nombreux voyages d'études (+41% sur l'année 2012) et répondu à près de 1000 demandes d'informations (+22%). Ces chiffres en forte hausse traduisent l'intérêt grandissant des professionnels du tourisme pour la destination, en particulier ceux des marchés moyens et longs courriers. Fruit d'un travail de fond auprès de ces professionnels du tourisme, incontournables sur les marchés lointains, Lyon attire plus que jamais les visiteurs de pays en dehors des frontières européennes. Ceux-ci représentent près de la moitié des visiteurs étrangers en 2012 au Pavillon d'Accueil.

Enfin, Lyon Tourisme et Congrès s'est déplacé pour présenter la destination et générer de nouvelles programmations lors de workshops en Australie, en Allemagne (Berlin, Francfort et Munich), à Zurich ou en marge d'un déplacement du Grand Lyon à Séoul, en Corée du Sud.

LES GRANDS LYONNAIS, CIBLE PRIVILÉGIÉE

La promotion du tourisme de loisirs s'adresse aussi aux riverains. Depuis 2010, le tourisme de proximité est en constante augmentation, avec +51% de visiteurs rhônalpins accueillis dans les antennes de Lyon Tourisme et Congrès. De même, plus de 2000 personnes ont assisté aux visites guidées dans le Grand Lyon (Hors Lyon).

495 079
VISITEURS ACCUEILLIS

82 360
APPELS (+7%)

10%
DES TOURISTES
PASSENT PAR LE PAVILLON

SERVICE ACCUEIL

En 2012, les conseillers en séjour ont plus que jamais pratiqué leur anglais ! Les étrangers représentent plus de la moitié des touristes accueillis dans les antennes de Lyon Tourisme et Congrès, et ils viennent de plus en plus loin pour découvrir la ville. Autre tendance forte : les conseillers sont de plus en plus sollicités par email, ce qui ne les empêche pas de proposer de nombreux séjours variés sur-mesure.

LE TOP 6 DES NATIONALITÉS

ALLEMANDS > 10,53%
ESPAGNOLS > 8,69%
ITALIENS > 8,13%
CANADIENS > 7,64%
AMÉRICAINS > 7,63%
SUISSE > 7,4%

LYON ATTIRE AU-DELÀ DES FRONTIÈRES EUROPÉENNES

DES VISITEURS VENANT DE PLUS EN PLUS LOIN

La ville Lumière rayonne de plus en plus loin ! Les points d'information de Lyon Tourisme et Congrès confirment la tendance amorcée depuis 2010 : les visiteurs étrangers sont de plus en plus nombreux (53% des touristes accueillis !), et ils viennent de pays de plus en plus lointains. Ainsi, 47% des visiteurs internationaux ont franchi les frontières européennes pour visiter Lyon, la part de ces voyageurs long-courriers progresse de 16% par rapport à 2011.

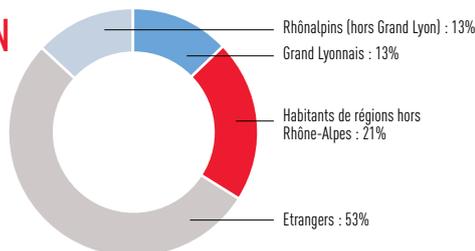
4 marchés lointains dans le top 10 des nationalités : Canada, États-Unis, Australie, Japon
On assiste notamment à une prépondérance des visiteurs russes + 22%, des visiteurs chinois + 10% et des visiteurs japonais + 5%.

DE PLUS EN PLUS DE DEMANDES PAR EMAIL

UNE PROGRESSION DES DEMANDES PAR EMAIL (+27%)

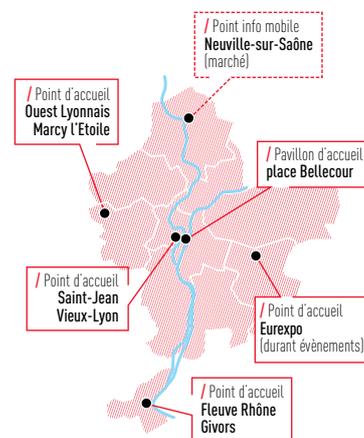
Pour s'informer et réserver, les visiteurs loirs utilisent de plus en plus Internet. Évitant les contraintes horaires, ils peuvent ainsi prendre le temps de poser leurs questions et obtenir un suivi de qualité, réellement personnalisé, en conservant un interlocuteur unique. Ils n'hésitent pas à téléphoner dans un second temps pour obtenir des renseignements plus approfondis. Quels que soient les canaux de communication utilisés, les conseillers en séjour peuvent proposer des services sur-mesure pour découvrir Lyon.

LA RÉPARTITION DES VISITEURS



DES IMPLANTATIONS STRATÉGIQUES

Depuis 2009, les antennes de Lyon Tourisme et Congrès sont en développement. Ainsi, un point d'accueil pérenne a vu le jour dans le Vieux-Lyon, à l'entrée du périmètre UNESCO. Cet espace mutualisé avec les TCL permet de répondre aux demandes des visiteurs aussi bien sur des problématiques de transport en commun que sur des attentes touristiques ou de séjour. En 6 mois d'activité, cette antenne ouverte 7 jours sur 7 a accueilli 30 219 visiteurs ! →



5 ANTENNES RÉPARTIES SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE :

Bellecour, Vieux-Lyon, Givors, Marcy l'Etoile et Eurexpo (ouverture ponctuelle en fonction de l'actualité).

RELATIONS PRESSE

En 2012, Lyon a fait couler beaucoup d'encre ! Les journaux français portent un nouveau regard sur la ville, plus insolite. A l'international, la notoriété de Lyon s'étend de plus en plus loin. L'attrait pour la destination de week-end se confirme chez nos voisins européens et jusqu'aux portes du Japon et de l'Australie.

→ LES RETOMBÉES PRESSE EN CHIFFRES

276 ARTICLES IDENTIFIÉS

+20% PAR RAPPORT À 2011

216 JOURNALISTES DE
20 NATIONALITÉS

ACCUEILLIS **+26%** PAR RAPPORT À 2011

→ LES TEMPS FORTS DU
SERVICE PRESSE EN 2012

TOURNÉE ONLYLYON ON TOUR :

**3 CONFÉRENCES
DE PRESSE**

À LYON, GENÈVE ET ROME

+ D'1 MILLION

DE PERSONNES TOUCHÉES
PAR LES MÉDIAS (PRESSE,
RADIO, TV, INTERNET...)

/ GRANDE BRETAGNE

→ DAILY MIRROR
+ D'1 MILLION D'EXEMPLAIRES

→ THE TIMES
600 000 EXEMPLAIRES

/ ÉTATS-UNIS

→ NEW YORK TIMES
1,6 MILLION D'EXEMPLAIRES

/ FRANCE

→ IDEAT
125 000 EXEMPLAIRES
Pages tourisme du magazine

* Partenariats Rhône-Alpes Tourisme

EN 2012, 276 RETOMBÉES IDENTIFIÉES



LES TEMPS FORTS EN DÉTAILS :

AVRIL 2012

→ Accueil organisé en partenariat avec la Compagnie Eurostar
6 journalistes anglais reçus dont Le Times, le Sunday Mirror et le Sunday Express

JUIN 2012

→ États-Unis : voyage presse « Spa et Gastronomie »
5 journalistes dont le Huffington Post, Travel Agent Magazine
Partenariat Rhône-Alpes Tourisme et Atout France

OCTOBRE 2012

→ Accueil de journalistes de marchés lointains
Brésil : 4 journalistes (dont Vogue Brésil, CondeNast, GO...)
Partenariat Rhône-Alpes Tourisme et Atout France

DÉCEMBRE 2012

→ Québec : voyage presse sur la gastronomie
4 journalistes dont le Journal de Montréal, la Presse
Partenariat Rhône-Alpes Tourisme et Atout France
→ Accueil de 7 bloggeurs internationaux (États-Unis, Angleterre, Allemagne...)
A l'occasion de la Fête des Lumières 2012
Partenariat avec Rhône-Alpes Tourisme

/ DANEMARK

→ POLITIKEN*
467 000 LECTEURS

/ SUISSE

→ FEMINA SUISSE*
390 000 LECTEURS

/ JAPON

→ SANKEI EXPRESS*
70 000 EXEMPLAIRES ENVIRON

/ ITALIE

→ BELL'EUROPA*
150 000 LECTEURS

/ INDE

→ INDIATODAYTRAVEL*

/ AUSTRALIE

→ SYDNEY MORNING HERALD
290 000 EXEMPLAIRES

WALLPAPER CITY GUIDE

→ Édités par les éditions Phaidon, ces guides anglophones à succès, qui tiennent dans la poche, proposent aux amateurs de tourisme urbain une sélection d'adresses haut de gamme à découvrir sous l'angle du design : sorties, hôtels, bars, restaurants chics et branchés, shopping de luxe, spas raffinés... Lyon vient compléter la collection des 100 villes déjà passées au crible par les journalistes du guide. Cet ouvrage élégant sera en vente en Grande-Bretagne, en Europe et aux États-Unis. Une reconnaissance supplémentaire de la dimension internationale de la ville.



SERVICE MARKETING

Belle année 2012 pour le service marketing, le nombre de réservations effectuées sur la centrale de réservation progressent de 10%, poussées par les opérations de promotion et le travail des conseillers en séjour. De son côté, le site internet enregistre une fréquentation record, en progression de 27%, à 1 500 000 visites dont 1/3 d'étrangers.

UNE ANNÉE RECORD POUR LA LYON CITY CARD + 34%

Parfait allié des courts séjours, le pass touristique sans contact tout inclus confirme son succès et enregistre une augmentation des ventes de 34% par rapport à 2011. Les raisons de ce succès ? Lyon Tourisme et Congrès a fortement développé le réseau de distribution (nombre de distributeurs multiplié par 2) de ce sésame pour découvrir Lyon. En 2012, les touristes plébiscitent ainsi plus que jamais l'offre de la Lyon City Card qui donne accès aux transports en commun, attractions, musées, visites guidées, balades en bateau...

LA CROISSANCE À DEUX CHIFFRES DES SITES WEB

Côté web, le service marketing constate le succès de la version 2012 du site www.lyon-france.com, avec 1,5 millions de visites. Basé sur un contenu régulièrement mis à jour, laissant une grande part aux images et vidéos (cf encadré), et la participation des internautes via les outils de partage d'expérience, le site enregistre de très bons résultats. Plus séduisant et fluide, il retient l'internaute plus longtemps, et participe au développement de la centrale de réservation.

Quant au site des Grands Lyonnais, monweekendalyon.com, il progresse lui aussi, avec 383 940 visiteurs (+47% en 2012) et 8 000 abonnés à la newsletter. Sa fréquentation est notamment tirée par les actions de promotion sur le Grand Lyon et la qualité des bons plans proposés par l'équipe rédactionnelle.

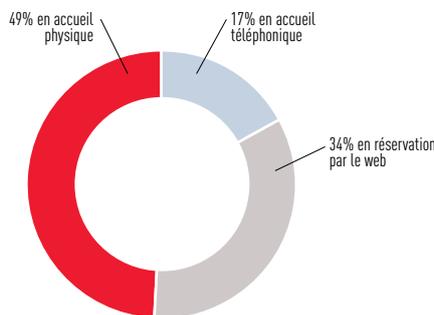
CLASSEMENT DU VISITORAT DES SITES WEB DES GRANDES VILLES FRANÇAISES

OFFICES DE TOURISME	VISITES	VISITEURS UNIQUES
Lyon	1 522 144	1 248 082
Nice	1 387 726	1 060 672
Toulouse	1 082 461	880 299
Nantes	1 072 333	822 147
Bordeaux	1 012 187	728 830
Marseille	891 862	739 438
Lille	819 179	641 820

LA CENTRALE DE RÉSERVATION

Fruit du travail d'animation auprès des fournisseurs, de la montée en compétence des conseillers séjours et de l'augmentation du trafic sur le site, les ventes sur la centrale de réservation progressent sur le web comme au Pavillon d'Accueil.

RÉPARTITION DE LA PROVENANCE DES RÉSERVATIONS



1 342 000

EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES POUR LA CENTRALE DE RÉSERVATION (+ 3%)

16 652

LYON CITY CARD VENDUES (+ 34%)

766

ADHÉRENTS À LYON TOURISME ET CONGRÈS (+16%)

1 522 144

VISITES SUR LYON-FRANCE.COM (+ 27%)

VIDÉO « 2 DAYS IN LYON »

→ Un couple part à la découverte de Lyon et partage ses lieux favoris et ses plus beaux moments. La vidéo « 2 Days in Lyon » présente de façon dynamique et originale tous les charmes de la ville à découvrir le temps d'un week-end. Largement diffusée sur Internet, cette nouvelle vidéo promotionnelle de 3 minutes est devenue l'outil privilégié pour jouer la carte de séduction auprès des professionnels du tourisme et organisateurs de congrès.

258 860

JOURNÉES CONGRESSISTES
GAGNÉES EN 2012

DONT **258 860**
JOURNÉES CONGRESSISTES
SUR LE MARCHÉ ASSOCIATIF

232
DOSSIERS OUVERTS

BUREAU DES CONGRÈS

Avec 91 dossiers gagnés, le Bureau des Congrès et des Salons maintient son activité en 2012. Celle-ci est marquée, pour la seconde année consécutive, par la prépondérance du marché associatif, qui représente 90% de l'activité.

DES CONGRÈS TOUJOURS PLUS IMPOSANTS

Confirmant la tendance engagée depuis quelques années, Lyon consolide sa position. La ville a accueilli en 2012 le plus grand congrès de son histoire récente (ECTRIMS : 7 300 participants), elle a également ouvert ses portes à de nombreux colloques – essentiellement associatifs – de plus de 1 500 participants.

ECTRIMS

Le 28e Congrès du Comité Européen pour le Traitement et la Recherche sur la Sclérose en Plaques a élu domicile au Centre des Congrès de Lyon pour faire le point sur l'avancée des recherches. Du 10 au 13 octobre 2012, 7 300 participants, tous hébergés sur le Grand Lyon, ont bénéficié d'un accueil « made in Lyon » grâce au dispositif Lyon Welcome Attitude. Une grande réussite pour les organisateurs lyonnais, particulièrement fiers de leur ville.

UNE EXPERTISE RECONNUE

Parmi tous ces colloques, de nombreuses manifestations concernent les pôles de compétitivité de l'agglomération lyonnaise : les sciences de la vie, l'univers du web et de la vidéo. S'appuyant sur le savoir-faire d'acteurs régionaux reconnus sur ces domaines, le Bureau des Congrès et des Salons a développé son expertise sur ces thématiques. Ainsi, le secteur médical représente plus de 60% des dossiers traités par le service.

EXPOBOOSTER : L'INCUBATEUR DE SALONS

Pour stimuler et aider à la création de nouveaux salons à Lyon, le Bureau des Congrès et des Salons a lancé Expo booster. L'objectif du dispositif ? Accompagner les petites ou les jeunes structures (moins de 3 ans d'existence) dans leur démarche de création ou d'implantation de salons inédits en Europe. Les outils proposés : gratuité de l'espace la première année et tarif dégressif les deux années suivantes, coaching, conseils et prestations de communication. Expo booster accompagne ainsi deux salons : InnoRobo (voir encadré) et SMASH, salon professionnel des sports de raquette, dont la première édition aura lieu du 10 au 12 janvier 2014. Un nouveau projet est sélectionné tous les ans pour une durée limitée à 3 ans, sur des thématiques d'avant-garde, de préférence en lien avec les filières d'excellence de l'agglomération.

INNOROBO

Premier né du dispositif Expo booster, InnoRobo, salon européen de la robotique, a organisé sa deuxième édition en 2012. Innovant, inédit en Europe, booster de synergies et de compétitivité : il réunit tous les ingrédients d'un projet labellisé Expo booster !

LES DOSSIERS STRATÉGIQUES REMPORÉS EN 2012

- IFLA - International Federation of Library Associations and Institutions Congress : 1 semaine en août 2014, 3 500 participants
- HIS - Healthcare Infection Society Conference : 3 jours en novembre 2014, 2 000 participants
- ISHNE - International Society for Holter and Noninvasive Electrocardiology : 3 jours en mai 2015, 1 200 participants
- ISPO - World Congress of The International Society for Prosthetics and Orthotics : 4 jours en juin 2015, 2 000 participants
- ISAKOS - International Society of Arthroscopy, Knee Surgery & Orthopaedic Sports : 5 jours en juin 2015, 3 000 participants

BUREAU DES GUIDES

En 2012, le bureau des guides résiste bien à la crise et enregistre un chiffre d'affaires stable. Les Européens s'intéressent toujours à l'histoire lyonnaise et les Japonais reviennent en nombre visiter la cité inscrite au patrimoine de l'UNESCO. Quant aux visites individuelles, elles progressent dans les villes du Grand Lyon.

664 600

EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2012
(+ 0.2%)

117 700

PERSONNES GUIDÉES
(30% EN INDIVIDUEL ET 70% EN GROUPE)

900

PERSONNES GUIDÉES A TRAVERS LES VISITES
« PROMENONS-NOUS DANS LE GRAND LYON »
+ 85% (44 VISITES)

2 300

PERSONNES GUIDÉES LORS DES JOURNÉES
EUROPÉENNES DU PATRIMOINE
(+ 33%)

75 THÈMES DE VISITES EN 11 LANGUES

Le bureau des guides complète chaque année son catalogue. 75 thèmes de visites sont proposés, de la plus classique visite du patrimoine historique de l'UNESCO au tèche-vitrine des Halles Paul Bocuse en passant par la découverte des pépites des 58 communes du Grand Lyon, dont les fresques murales de la Mairie de Grigny. Ces visites sont animées par 30 guides conférenciers diplômés. Une offre inédite et de qualité, avec un atout essentiel : le circuit et la compétence de nos guides.

DE PLUS EN PLUS DES VISITES LIÉES AUX ÉVÉNEMENTS

Que ce soit pendant la Fête des Lumières, à l'occasion de Quais du Polar ou lors des Journées Européennes du Patrimoine (JEP), le Bureau des Guides adapte son offre pour coller à l'actualité lyonnaise. Ainsi, 73 visites ont été réalisées au cours des JEP, sur deux jours seulement, en augmentation constante (+35% depuis 2009) et ce sont plus de 300 groupes qui ont été guidés en journée à l'occasion de la Fête des Lumières.

UNE AUGMENTATION DES VISITES INDIVIDUELLES

Le grand public confirme son intérêt pour les visites guidées : 30% des visites sont directement réservées par des particuliers. Cette tendance concerne l'ensemble des visites du catalogue.

LE TOP 6 DES NATIONALITÉS POUR LES VISITES GUIDÉES

- > FRANÇAIS
- > ANGLAIS
- > ALLEMANDS
- > ITALIENS
- > ESPAGNOLS
- > JAPONAIS

LES RECORDS DE L'ANNÉE

→ 300 GROUPES GUIDÉES
durant les 4 jours de la Fête des Lumières

→ 73 VISITES ORGANISÉES sur les 2 jours
des Journées Européennes du Patrimoine 2012

→ 44 VISITES
« Promenons-nous dans le Grand Lyon »
chaque dimanche entre avril et octobre



DIRECTEUR DE LA PUBLICATION :
FRANÇOIS GAILLARD, DIRECTEUR GÉNÉRAL
COORDINATION :
SERVICE MARKETING (ELODIE PRONCHERIT / OLIVIER OCCELLI)
RÉDACTION : CLAIRE MOREL / STEPHANIE BORG
MISE EN PAGE : ORANGE VIF
CRÉATION/CONCEPTION : MINIBOX

PHOTOGRAPHIES :
PORTRAITISTE : BRICE ROBERT - WWW.B-ROB.COM
BRICE ROBERT
TRISTAN DESCHAMPS
ELINA SIRPARANTA
LOUIS BIASIN
X - LYON TOURISME ET CONGRÈS
IMPRESSION :
IMPRIMERIE BRAILLY - MAI 2013

PHOTO COUVERTURE :
BERTRAND GAUILLERE



LYON TOURISME ET CONGRÈS

PLACE BELLECOUR

BP 2254 - 69214 LYON CEDEX 02

TÉL. 33 (0)4 72 77 72 30

INFO@LYON-FRANCE.COM

WWW.LYON-FRANCE.COM