

Fiche action n° 4 - Créer des idées séjours et des produits touristiques originaux pour chacune des clientèles cibles sur la thématique « nature » et « slow tourisme »

Orientation stratégique A. Constituer le pilier du tourisme de nature et du slow tourisme de l'écosystème touristique

Références à la CETD

- 4 - Proposer aux visiteurs une expérience de grande qualité pour tous les aspects de leur visite
- 5 - Communiquer de manière effective auprès des visiteurs, des entreprises touristiques et des résidents, au sujet des qualités particulières de la zone
- 6 - Promouvoir les produits touristiques spécifiques permettant la découverte et la compréhension de ce paysage
- 9 - Accroître les bénéfices du tourisme pour l'économie locale

Enjeux 2018-2023 concernés

- 1 - Clarification du rôle et de l'identité touristique du PNR au sein de l'écosystème touristique et auprès des clientèles cibles
- 2 - Structuration et mise en lumière de l'offre de tourisme de nature et de slow tourisme

Contexte

Le PNR LAT dispose d'une offre touristique dense et diversifiée mais dont la lisibilité est limitée. Du fait d'un patrimoine culturel remarquable et attractif, le patrimoine naturel est relégué au second rang, rendant peu visible l'offre en tourisme de nature. Dans la continuité du recensement des activités et des offres de pleine nature et de slow tourisme, la création d'idées séjours et produits touristiques originaux permettra de structurer l'offre de nature, la rendre plus visible et lisible auprès des clientèles. Cette action concrétise également le positionnement touristique du PNR sur ce segment, renforçant ainsi son rôle au sein de l'écosystème touristique et des clientèles cibles.

Objectif

3. Contribuer à la valorisation de l'offre en guidant les clientèles cibles dans leur découverte du territoire

Descriptif

➔ **Animer un groupe de travail** pour opérer le montage de nouveaux produits touristiques / idées-séjours. Il devra représenter les différents acteurs ressources du territoire.

Note : une idée-séjour désigne un assemblage d'activités et de prestations sans comprendre de commercialisation. Elle vise surtout à inspirer les clientèles. Un produit touristique va plus loin puisqu'il s'agit d'un assemblage d'activités et de prestations dans une formule « clé en main » commercialisée auprès de la clientèle. Ces deux approches sont complémentaires et s'adressent à deux profils distincts de consommateurs : les autonomes, à la recherche d'idées mais qui souhaitent monter eux-mêmes leur programme, et les clientèles à guider, qui préfèrent s'en remettre à un programme pré-conçu et sont prêtes à payer la plus-value de ce « packaging » (consentement à payer supérieur aux autonomes).

➔ **Combiner les activités et offres existantes pour créer de nouveaux produits.** S'appuyant sur le recensement de l'offre touristique réalisé à l'échelle du PNR, le groupe de travail identifiera des idées-séjours ou produits attractifs pour les clientèles cibles, en visant 1 produit par clientèle-cible minimum. Ces offres devront être thématiques et adaptées aux comportements de consommation des différentes cibles. Elles devront idéalement s'affranchir des limites administratives (Départements, Régions, Offices de Tourisme) pour privilégier l'expérience client. Elles devront également recouper les besoins et attentes des partenaires en capacité à commercialiser les produits touristiques. À terme, les offres devront couvrir l'ensemble des saisons sur l'année : une offre par saison minimum (printemps, été, automne, hiver).

➔ **Identifier les canaux de communication possibles et créer les supports de promotion.** Une fois les offres structurées, les moyens de diffusion des idées séjours devront être choisis en collaboration avec les partenaires locaux (site Internet des Offices de Tourisme, du PNR, brochures papier, site Internet en propre...) puis les outils de communication créés.

➔ **Mettre en place la remontée des retours clients** (via professionnels ou Offices de Tourisme) dans un souci d'amélioration continue. Collecter l'appréciation des clientèles est indispensable pour valider que le produit conçu a bien répondu à leurs attentes ou opérer les rectifications nécessaires. Les modalités de cette remontée d'informations précieuses est à définir avec les partenaires mobilisés dans la commercialisation des produits.

Communication de l'action			Maîtrise d'ouvrage	
<ul style="list-style-type: none"> - Outils de promotion/communication PNR, Offices de Tourisme et tours opérateurs - Newsletters - Site Internet et réseaux sociaux - Dossier presse - Journal du Parc 			PNR - service tourisme et médiation des patrimoines	
Résultats attendus			Référents PNR LAT	
<ul style="list-style-type: none"> - Une offre de tourisme de nature et de slow tourisme plus visible et lisible - De nouveaux produits originaux s'ajoutant à l'offre existante - Un territoire rendu plus attractif hors saison 			<ul style="list-style-type: none"> - Élu(e) : présidente commission tourisme et loisirs - Chargées de mission : chef de service tourisme et médiation des patrimoines / chargée de mission communication / assistante tourisme et communication 	
Modalités d'évaluation			Partenaire(s) technique(s)	
<ul style="list-style-type: none"> - Au moins 7 idées séjours / produits (une par clientèle cible) créés - % des idées séjours / produits par saison - Évolution du nombre de produits commercialisés - Appréciation qualitative des idées séjours / produits (retours clients) 			Bénéficiaires de la marque VPNR Opérateurs/prestataires touristiques CRT ADT Offices de Tourisme EPCI Agences réceptives Tours opérateurs	
Échéancier				
2019 à 2021 : constitution du groupe de travail et montage des idées séjours / produits				
2022 : conception des outils de communication et diffusion auprès des clientèles touristiques				
2023 : évaluation de la première année et mise en place d'actions correctives				
Budget d'investissement			Budget de fonctionnement	
0 €			Brochure « Destination » : 1 500 €	
			Participation à des salons : 12 500 €	
			Total : 14 000 €	
2019	2020	2021	2022	2023
15 jours	15 jours	15 jours	15 jours	5 jours