

Fiche action n° 1 - Créer de nouveaux outils pour communiquer sur le positionnement et la stratégie touristique du PNR LAT auprès des collaborateurs et partenaires

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

Références à la CETD

- 1 - Impliquer toutes les personnes participant à la gestion et au développement touristique dans et autour de l'espace protégé
- 2 - Elaborer et mettre en œuvre une politique de tourisme durable et un plan d'action pour l'espace protégé
- 7 - Approfondir la connaissance de l'espace protégé et les questions de viabilité parmi les parties concernées par le tourisme

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

Mis en place en 2018, le PNR LAT dispose désormais d'un positionnement touristique clarifié : « L'échappée buissonnière en Val de Loire ». Ce positionnement s'incarne encore peu dans les outils de communication du PNR, notamment à destination des collaborateurs et partenaires. Autant en interne qu'en externe, le rôle et l'identité touristique du PNR doivent être clarifiés afin de renforcer son action sur le territoire. Sa stratégie touristique doit également être largement partagée auprès de son équipe et des professionnels touristiques du territoire afin de développer une meilleure connaissance des champs d'intervention du PNR dans le domaine du tourisme.

Objectif

1. Affirmer son rôle et son identité en interne et en externe

Descriptif

- ➔ **Créer et diffuser une plaquette de présentation de la stratégie touristique du PNR LAT** (format web, possiblement imprimé selon les besoins). Cette plaquette doit résumer simplement l'identité et les domaines d'intervention touristiques du PNR à destination des professionnels du tourisme. Il s'agit de favoriser la connaissance du rôle du PNR, de son positionnement touristique et de ses chantiers, pour encourager les collaborations. À noter que cette plaquette, comme tous les outils de communication, prendra soin d'intégrer l'argumentaire valorisant le double label UNESCO / PNR, qui distingue le territoire.
- ➔ **Produire 2 newsletters / an pour les partenaires.** Cette newsletter vise à informer de l'avancée des actions touristiques menées par le PNR et ses partenaires, à faire connaître l'actualité touristique clé à l'échelle du PNR, par exemple via un encart sur l'actualité de chaque département.
- ➔ **Tenir des réunions internes pour diffuser cette nouvelle stratégie touristique.** Pour assurer une diffusion transversale de l'information, il sera organisé des réunions internes pour communiquer sur la nouvelle stratégie. Ces réunions rassembleront à la fois les référents techniques du PNR et leur élus.
- ➔ **Diffuser la nouvelle stratégie touristique lors du prochain Forum.** Les Forums sont des temps de suivi de l'action touristique du PNR : la nouvelle stratégie sera donc intégrée à l'ordre du jour de la rencontre pour favoriser son appropriation par l'ensemble des acteurs touristiques.
- ➔ **Effectuer la tournée des OT et EPCI / participer aux bourses d'échanges du territoire.** Le territoire comprend des temps d'échanges entre acteurs touristiques sur lesquels il s'agit de capitaliser pour informer les partenaires de la nouvelle stratégie touristique : conseils d'administration, groupes de travail, bourses d'échanges...

Communication de l'action

- Nouveaux outils disponibles sur le site Internet et l'extranet dédié à la CETD
- Newsletters
- Dossier presse
- Journal du Parc
- Outils d'informations des Offices de Tourisme, ADT et CRT

Maîtrise d'ouvrage

PNR : service tourisme et médiation des patrimoines et pôle communication

Résultats attendus		Référents PNR LAT		
<ul style="list-style-type: none"> – Une meilleure connaissance du rôle et des champs d'intervention du PNR LAT dans le domaine du tourisme 		<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"> – Nombre de newsletters produites (10 prévues / 5 ans) – % de newsletters ouvertes par les destinataires – Nombre de réunions dans lesquelles la stratégie touristique de PNR a été présentée (internes/externes ; EPCI concerné) – Présentation de la stratégie en Forum 		Membre du Comité de suivi Offices de Tourisme CRT ADT EPCI		
Échéancier				
2019 : envoi des newsletters 1 et 2 2020 : envoi des newsletters 3 et 4 2021 : envoi des newsletters 5 et 6 2022 : envoi des newsletters 7 et 8 2023 : envoi des newsletters 9 et 10 2019 à 2023 : création des outils, tenue des réunions internes, tournée des Offices de Tourisme et EPCI				
Budget d'investissement		Budget de fonctionnement		
0 €		Impression plaquette de présentation stratégie tourisme : 500 €		
		Total : 500 €		
2019	2020	2021	2022	2023
25 jours	20 jours	20 jours	20 jours	20 jours