



FORUM PNR Loire Anjou Touraine

30 novembre 2016

Foyer Yves Duteil à Fontevraud

Compte-rendu de l'atelier : la marque, une opportunité pour travailler en réseau

Animateur : Laurent Arcuset – Géo-Système

Remarques : Une grande diversité d'acteurs représentée :

- Hébergeurs : chambre d'hôtes, gîte ruraux, gîte d'étape et de groupes, hôtel...,
- Restaurateurs
- Responsables ou membres d'associations proposant des sorties pédagogiques, des animations, des sorties accompagnées liées à la découverte de richesses patrimoniales (jardins, géologie, patrimoine troglodytique, savoir-faire...)
- Élus communaux défenseurs des métiers d'art (vannerie) et du patrimoine (Petites Cités de Caractère)
- Agents d'offices de tourisme
- Agents du parc...

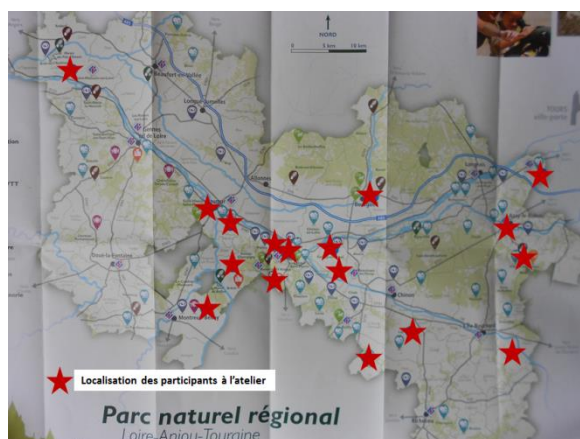


PARC NATUREL RÉGIONAL
LOIRE ANJOU TOURAIN

Cette diversité est caractérisée par des différences en termes d'activités, de statuts, de tailles et d'âges des établissements mais aussi en termes d'âges et de nationalité des participants.

Elle est aussi caractérisée par une diversité géographique avec une représentation de plusieurs communes situées sur l'ensemble du périmètre du Parc, sur les deux régions et départements.

La force d'un réseau est de permettre à cette diversité d'acteurs de travailler ensemble au service d'un projet commun.



ÉCHANGES

Les motivations



Motivations exprimées lors du brainstorming et « nuage » de mots clés

Le nuage de mots permet de résumer les motivations exprimées par les participants. Ces dernières sont liées principalement à la volonté de pouvoir échanger entre acteurs engagés au sein de la marque « Valeurs du Parc naturel régional » :

- des informations liées aux activités respectives (en termes de disponibilité, d'activités proposées...) ;
- des compétences et savoir-faire.

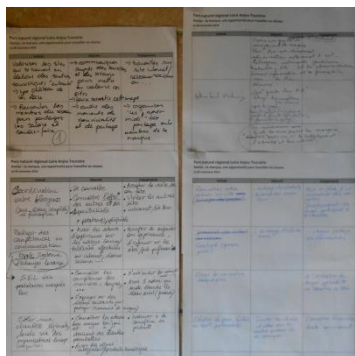
Deux autres motivations importantes ressortent :

- la volonté de mieux se connaître entre membres du futur réseau pour développer des partenariats ;
- la possibilité de constituer une force collective permettant de mieux se faire connaître auprès des clientèles (communication et promotion).

De manière transversale, les membres souhaitent faire partie d'un réseau où les acteurs se distinguent par une bonne connaissance du territoire et un partage de valeurs communes liées au

Parc et à la marque, leur permettant de proposer des prestations variées et attractives, inscrites dans une logique de développement durable.

Les actions



Plusieurs actions ont été proposées par les différents groupes. Ces dernières sont à la fois pragmatiques et ambitieuses, bien inscrites dans une logique de réseau d'acteurs souhaitant s'engager dans des actions collectives, en s'impliquant directement (en portant une attention à la convivialité du réseau).

Ces actions concernent plusieurs objectifs progressifs : se connaître, partager des connaissances et des compétences, se faire connaître auprès des cibles, proposer des prestations et services liés aux valeurs du Parc et de la marque.

Actions proposées par les groupes

En termes d'innovation, les participants ont mis en avant leur volonté de faire différemment, en se positionnant sur une offre basée sur la découverte originale des richesses territoriales, valorisant les échanges humains entre accueillants et accueillis et limitant les impacts sur l'environnement.

Contenu	Objectifs	Engagements
Se (re)connaître		
– Échange de coordonnées	– Disposer d'informations de base pour identifier les acteurs prêts à s'engager dans le réseau	– Accepter que les coordonnées soient communiquées à l'ensemble des personnes présentes au Forum
– Création d'un groupe privé sur Facebook	– Pouvoir échanger rapidement et simplement des informations	– Intégrer le groupe Facebook et apporter du contenu. – Suivre si besoin une séance de formation pour maîtriser les fondements de Facebook
– Organisation de visites sur site des membres du réseau	– Connaître la spécificité des offres, faciliter les liens (renvois de clientèles par exemple)	– Accepter la visite de son établissement, prendre le temps de visiter les autres établissements
Partager des connaissances et des compétences		
– Organisation de rencontres thématiques sur site entre membres du réseau	– Partager ses connaissances et favoriser les échanges pour un enrichissement mutuel	– Définir un calendrier des rencontres (compatible avec les activités de chacun) – Proposer des rencontres thématiques – Participer aux rencontres
– Organisation de journées professionnelles sur la communication et la e-communication	– Avoir des retours d'expériences sur les actions commerciales et publicitaires effectuées sur Internet et les réseaux sociaux...	– Accepter de partager son expérience et d'informer sur ses réussites et ses échecs liés à sa politique commerciale via les sites Internet et les réseaux sociaux
– Création d'un Système d'Échanges Local des prestataires marqués	– Connaître et échanger les compétences des membres, (traduction, web-marketing, connaissances patrimoniales, jardinage écologique...)	– Définir ses compétences – Transmettre l'information (via le groupe Facebook par exemple) – S'entraider
Se faire connaître		
– Création d'un guide (brochure papier et/ou sur Internet) des acteurs marqués	– Permettre aux visiteurs d'identifier facilement les membres du réseau et leurs spécificités en termes de prestations et de services (hébergements, restaurateurs, accompagnateurs, sites de visite, artisans d'art ...) en mentionnant aussi les lieux d'informations du Parc	– Transmettre les informations avec des illustrations attractives – Garantir la mise à jour des informations – Proposer le guide à ses clients (sur site et/ou dans ses outils de e-communication)

Proposer		
– Création d'animations thématiques	– Valoriser les prestations et services spécifiques des membres liés à la découverte authentique des richesses territoriales (culturelles, patrimoniales, environnementales...)	– Identifier et/ou créer des animations liées aux valeurs du Parc et de la Marque – Informer les membres du réseau – Promouvoir auprès de ses clientèles les animations proposées par les membres du réseau
– Valorisation des offres originales sortant des « sentiers battus » respectueuses de « l'esprit des lieux »	– Proposer aux visiteurs des « expériences » permettant de découvrir le Parc à travers toutes ses richesses (connues et moins connues)	– Identifier les offres originales et authentiques (pas uniquement celles des membres du réseau) – Partager l'information – Promouvoir cette offre auprès de ses clientèles
– Proposition d'avantages aux clients venant de la part des membres du réseau	– Inciter les clients à aller découvrir les membres du réseau	– Accepter de faire un geste commercial (tarif réduit, cadeau de bienvenue...) – Étudier la faisabilité de proposer un pass des acteurs marqués
– Création de produits touristiques « marqués »	– Toucher une clientèle plus large en travaillant en partenariat avec les opérateurs locaux	– Identifier les opérateurs locaux – Participer à la conception de produits – Proposer les produits aux opérateurs
Actions de lancement		
– Organisation d'un stand et d'animations valorisant le réseau lors de la Fête du Parc	– Être reconnu par les acteurs locaux et par les habitants – Officialiser le lancement du réseau – Bénéficier d'une bonne couverture médiatique	– Participer à la préparation et à l'animation du stand
– Organisation d'un « mannequin challenge »	– Mobiliser les membres du réseau lors d'une opération conviviale – Faire le « buzz » pour avoir des retombées médiatiques	– Participer à la préparation et à l'animation du « mannequin challenge » (en faisant appel à un professionnel ?)