



# Stratégie de développement touristique 2021-2025

---



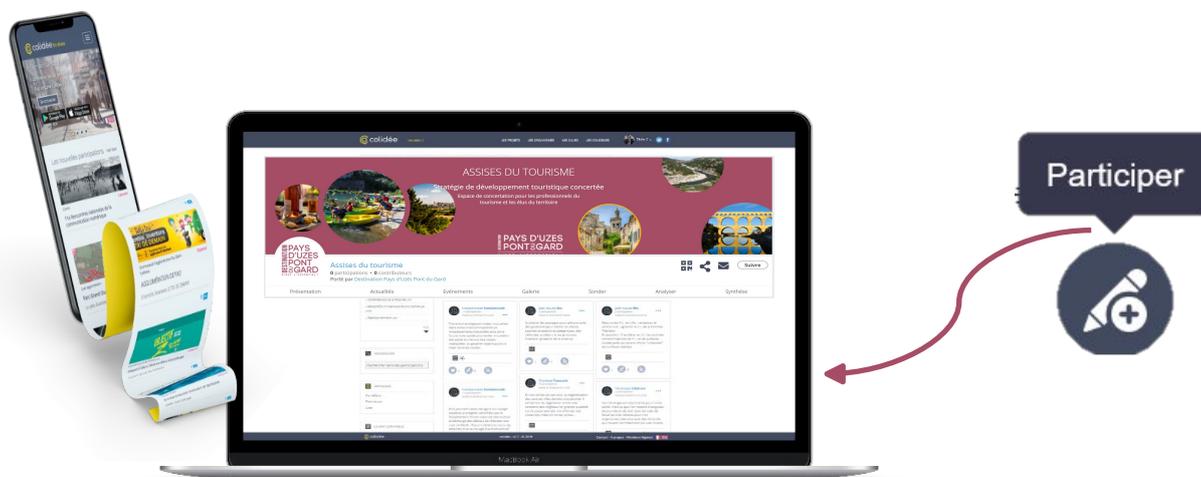
# Une stratégie participative

## Une plateforme dédiée

Un espace de concertation en ligne a été créé et animé pendant la durée de la concertation avec les acteurs.

Sorte de site dédié à la démarche de concertation, il regroupe :

- Les comptes-rendus et les supports de présentation,
- Les contributions faites en réunion,
- On peut y ajouter des idées, compléter ou aimer des idées déjà publiées.
- Rejoindre la plateforme Colidée : <https://colidee.com/dpupdg>



## La concertation en quelques chiffres

9 Entretiens stratégiques

6 Rendez-vous

4 Ateliers participatifs

+300 Contributions

# 4 enjeux stratégiques identifiés

## déclinés en 13 axes de développement

### Identité & notoriété

- **Chantier 1 : Une destination touristique identifiable et identifiée**
- **Chantier 2 : Une destination attractive**
- **Chantier 3 : Une destination communicante**
- **Chantier 4 : Une destination apprenante**

### Développement durable

- **Chantier 5 : Une médiation sur la richesse du patrimoine naturel**
- **Chantier 6 : Une communication qui sensibilise aux enjeux environnementaux**
- **Chantier 7 : Une destination durable, engagée**
- **Chantier 8 : Des productions locales mises en avant**

### Diversification touristique

- **Chantier 9 : Une destination attractive toute l'année**
- **Chantier 10 : Une destination multiple**
- **Chantier 11 : Une offre touristique qualifiée et de qualité**

### Structuration / Mise en réseau

- **Chantier 12 : Une destination partenariale**
- **Chantier 13 : Une destination plus présente, plus en prise avec son territoire**

## Identité & notoriété

	OBJECTIFS	EN ACTIONS
<b>UNE DESTINATION TOURISTIQUE IDENTIFIABLE ET IDENTIFIÉE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Être une destination connue et reconnue, augmenter la renommée nationale et internationale de la destination</li> <li>• Impliquer les habitants dans la stratégie touristique pour des habitants fiers de leur destination</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir les valeurs du territoire</li> <li>• Créer une identité de marque, partagée et visible</li> <li>• Déployer la marque, la faire vivre</li> <li>• Valoriser la destination par l'image</li> <li>• Favoriser les rencontres habitants / visiteurs</li> <li>• Recenser des personnalités ambassadrices</li> <li>• Créer un réseau d'ambassadeurs</li> </ul>
<b>UNE DESTINATION ATTRACTIVE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Devenir une destination privilégiée pour un tourisme de proximité</li> <li>• Devenir une destination désirable pour les visiteurs nationaux et internationaux</li> <li>• Développer des outils numériques au service des visiteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcer la communication digitale</li> <li>• Favoriser les collaborations avec les OT et départements voisins</li> <li>• Identifier et travailler les cibles : salons, prospection, plan médias...</li> <li>• Améliorer la communication multilingue, adaptation des contenus</li> <li>• Créer un film promotionnel</li> <li>• Proposer une appli mobile de séjour</li> <li>• Valoriser la Destination par des outils digitaux et de gaming</li> <li>• Renforcer les services numériques dédiés à l'itinérance (randonnée, vélo)</li> </ul>
<b>UNE DESTINATION COMMUNICANTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer des contenus digitaux réguliers, animer les réseaux sociaux</li> <li>• Utiliser la presse et les influenceurs comme relais de la destination</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Refondre le site internet de l'OT pour plus de valorisation des contenus</li> <li>• Renforcer la stratégie de contenus</li> <li>• Impliquer le réseau ambassadeurs</li> <li>• Définir une stratégie de relations presse</li> <li>• Adapter le plan média</li> <li>• Mettre en place une stratégie de marketing d'influence</li> </ul>
<b>UNE DESTINATION APPRENANTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travailler les données clients avec les partenaires, mesurer la satisfaction client</li> <li>• Personnaliser la communication par cibles, segmenter par centre d'intérêt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se doter de nouveaux outils d'analyse de la clientèle pour mieux connaître les cibles et les motivations</li> <li>• Compiler et traiter les données, les partager, actualiser les sources régulièrement</li> <li>• Ajuster le plan de communication et le plan média par cibles et thématiques</li> <li>• Mettre à jour les outils et plans d'actions</li> </ul>

## Développement durable

	OBJECTIFS	EN ACTIONS
<b>UNE MÉDIATION SUR LA RICHESSE DU PATRIMOINE NATUREL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibiliser tous les publics au patrimoine naturel local, y compris les professionnels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recenser et promouvoir les espaces naturels</li> <li>• Favoriser des formations sur le patrimoine naturel pour les professionnels : éductours</li> <li>• Promouvoir des démarches type éco-acteurs</li> <li>• Créer des parcours découverte de ces espaces</li> <li>• Favoriser la présence de professionnels sur le terrain dans un but de médiation</li> <li>• Partager les bonnes pratiques entre professionnels, identifier les aides mobilisables</li> </ul>
<b>UNE COMMUNICATION QUI SENSIBILISE AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux communiquer sur le patrimoine naturel local et favoriser sa préservation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre les enjeux de préservation</li> <li>• Sensibiliser les visiteurs</li> <li>• Proposer des interactions avec le public</li> <li>• Renforcer la manifestation avril en balade</li> <li>• Initier une pratique Développement Durable exemplaire au sein de l'OT</li> <li>• Diffuser des outils auprès des sociopros</li> </ul>
<b>UNE DESTINATION DURABLE, ENGAGÉE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aménager les espaces de découverte tout en préservant les espaces et ressources naturels</li> <li>• Structurer l'offre pleine nature</li> <li>• Initier une démarche RSE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les enjeux actuels et futurs</li> <li>• Etablir un diagnostic : offres, itinéraires, clients</li> <li>• Accompagner la structuration et l'aménagement des itinéraires</li> <li>• Favoriser la mobilité douce</li> <li>• Mieux valoriser ces offres auprès des publics</li> <li>• Optimiser l'efficacité commerciale de l'offre</li> <li>• Accompagner le réseau, fédérer et animer</li> <li>• Former un référent RSE au sein de l'OT</li> <li>• Etablir une stratégie RSE de territoire</li> <li>• Intégrer les socioprofessionnels à la démarche</li> </ul>
<b>DES PRODUCTIONS LOCALES MISES EN AVANT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcer et valoriser les initiatives vertueuses autour des produits locaux</li> <li>• Proposer et structurer une offre touristique autour des produits locaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir un diagnostic : offre et clientèle pour un positionnement marketing efficace</li> <li>• Promouvoir les initiatives et bonnes pratiques</li> <li>• Fédérer et animer les acteurs</li> <li>• Valoriser les labels et sigles de qualité</li> <li>• Accompagner les initiatives en favorisant les circuits courts</li> <li>• Mieux valoriser les offres terroir, et optimiser l'efficacité commerciale</li> </ul>

## Diversification touristique

	OBJECTIFS	EN ACTIONS
<b>UNE DESTINATION ATTRACTIVE TOUTE L'ANNÉE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir une communication 4 saisons plus efficace pour une croissance de l'activité touristique</li> <li>• Structurer une offre événementielle mieux répartie sur l'année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir les filières présentes sur le territoire qui permettent de désaisonnaliser l'activité</li> <li>• Conduire une étude de clientèle pour connaître les cibles et les motivations hors saison</li> <li>• Améliorer la coopération avec les acteurs locaux et avec les acteurs publics de proximité</li> <li>• Créer des produits adaptés en s'appuyant sur des atouts et événements apporteurs de valeur</li> <li>• Mettre place un marketing adapté : mise en images et en marché, signatures marketing</li> <li>• Renforcer la communication autour de ces produits, y compris en haute saison</li> <li>• Être commercialement plus offensif</li> <li>• Recenser l'offre événementielle</li> <li>• Améliorer la communication événementielle</li> <li>• Proposer un programme ciblé et thématisé</li> <li>• Fidéliser un public à l'année</li> </ul>
<b>UNE DESTINATION MULTIPLE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coconstruire le tourisme local pour répondre aux enjeux du tourisme 4 saisons</li> <li>• Faire émerger des offres expérientielles en phase avec les nouvelles attentes des clients</li> <li>• Moderniser l'offre groupe et développer le tourisme d'affaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir un diagnostic de l'offre, qualifier par filière</li> <li>• Identifier les marchés cibles et de niches</li> <li>• Etablir un positionnement marketing efficace</li> <li>• Identifier les offres pour les différents marchés</li> <li>• Travailler la structuration de marchés spécifiques</li> <li>• Développer de nouvelles offres expérientielles</li> <li>• Adapter les outils de commercialisation</li> <li>• Mettre en place un plan de promotion adapté</li> <li>• Programmer et valoriser des circuits types</li> <li>• Optimiser les services pour répondre aux attentes</li> <li>• Favoriser les échanges commerciaux</li> <li>• Fidéliser les clients, en conquérir de nouveaux</li> <li>• Assurer une veille régulière, s'adapter</li> </ul>
<b>UNE OFFRE TOURISTIQUE QUALIFIÉE ET DE QUALITÉ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser un accès simplifié et de qualité à l'ensemble des services</li> <li>• Accompagner la qualification des prestations touristiques, mieux les identifier et les valoriser</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer la qualité de l'accueil et de l'info</li> <li>• Référencer une donnée de qualité</li> <li>• Offrir un accès de qualité aux services</li> <li>• Etablir un diagnostic de l'offre</li> <li>• Identifier les démarches qualité pertinentes pour l'OT et pour la Destination</li> <li>• Porter les démarches concernées</li> <li>• Affirmer le positionnement marketing</li> <li>• Identifier, fédérer et accompagner les acteurs</li> <li>• Organiser, valoriser et promouvoir l'offre</li> </ul>

## Structuration & mise en réseau

	OBJECTIFS	EN ACTIONS
<b>UNE DESTINATION PARTENARIALE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser l'implication des socioprofessionnels dans le projet touristique</li> <li>• Clarifier et partager les missions et objectifs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir le cadre de la nouvelle stratégie</li> <li>• Identifier les mutualisations possibles, favoriser les coopérations</li> <li>• Poursuivre les rendez-vous réguliers avec les socioprofessionnels</li> <li>• Repenser la gamme de services proposés par l'OT avec les sociopros</li> <li>• Renforcer le maillage du territoire en impliquant les sociopros</li> <li>• Créer un réseau de sociopros ambassadeurs</li> <li>• Mieux communiquer sur les rôles de chacun</li> </ul>
<b>UNE DESTINATION PLUS PRÉSENTE, PLUS EN PRISE AVEC SON TERRITOIRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer la qualité de l'information fournie aux visiteurs et favoriser une meilleure répartition des flux</li> <li>• Favoriser l'implication des communes dans le projet touristique local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluer les parcours clients</li> <li>• Adapter la stratégie d'accueil et d'information au flux de visiteurs et à leurs attentes</li> <li>• Développer le maillage numérique du territoire, qualifier la donnée</li> <li>• S'appuyer sur les sociopros et les ambassadeurs comme relais d'information</li> <li>• Accroître la qualité de services</li> <li>• Identifier les personnes ressource sur le territoire</li> <li>• Valoriser le potentiel touristique des communes</li> <li>• Organiser des temps et des outils de partage</li> <li>• Analyse des flux et potentiels de développement</li> <li>• Accompagnement de projets touristiques</li> </ul>

## Une stratégie touristique pour ...



***Partager une vision commune***

***Coconstruire un plan d'actions***

***Rester en phase avec les visiteurs***