

PROGRAMME DE FORMATION

Développer la micro-aventure sur son territoire de manière durable

Objectifs de la formation

- Analyser le potentiel micro-aventure de son territoire
- Concevoir des nouvelles offres pertinentes
- Communiquer auprès du public cible
- Proposer des actions pour préserver son territoire sur le long-terme

Programme

C'est quoi la micro-aventure ? C'est partir à l'aventure près de chez soi, sur quelques jours, le plus souvent en autonomie et en pleine nature.

Arrivée en France en 2017 sous l'impulsion d'une poignée d'entrepreneurs, l'engouement pour la micro-aventure s'est accéléré avec la crise sanitaire et la recherche de plus en plus forte d'évasion dans la nature proche, d'authenticité, de déconnexion couplée aux préoccupations environnementales.

La micro-aventure incarne une nouvelle manière de voyager et repose sur des valeurs fortes. Encore un marché de niche auprès des urbains, la micro-aventure tend à s'ouvrir à de nouvelles clientèles, et notamment les familles.

Disposer sur son territoire d'une offre rentrant dans les « critères » ne suffit cependant pas, il faut en effet savoir parler et accrocher le micro-aventurier.

Module 1 : Comprendre la micro-aventure en profondeur

- Comprendre les valeurs, les cibles, le marché, les potentiels de la micro-aventure
- Apprendre à distinguer la micro-aventure des autres formes de tourisme (outdoor, slow tourisme, tourisme insolite...)

Module 2 : S'aventurer sans dénaturer

- Sensibilisation au tourisme de demain, résumé du plan Voyager Bas Carbone en 2050, publié par The Shift Project.
- Repérer les risques potentiels, les solutions actuelles, et celles à mettre en place à court et long terme

Module 3 : La micro-aventure appliquée à son territoire

- Réalisation d'une analyse SWOT, repérage d'acteurs clés (hébergeurs, restaurateurs, guides...etc), repérage des manques et besoins à combler.

Module 4 : Création & communication d'une micro-aventure

- Atelier de co-construction de parcours, offres ou services
- Comment communiquer auprès d'une cible spécifique : l'art du storytelling

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Nombreux exemples et études de cas concrets
- Atelier de co-construction
- Exercices en groupe
- Travail d'analyse à réaliser entre les 2 sessions de formation
- Pour les sessions à distance, les méthodes pédagogiques sont adaptées au format distanciel. La formation est séquencée en demi-journée.
- Support pédagogique transmis aux stagiaires

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : exercices tout au long de la formation (analyse SWOT, écriture, création d'une offre
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation

Public

Chargé.e de communication / commercialisation / marketing de toute structure touristique ayant une bonne connaissance de son territoire et du développement touristique

Prérequis

Pas de pré-requis

Matériel nécessaire :

- Disposer d'un ordinateur muni d'une caméra et d'une bonne connexion internet pour la classe virtuelle (jour 1). L'usage d'un casque ou d'écouteurs est conseillé pour suivre la formation dans de bonnes conditions d'écoute et de concentration.

Durée

2,00 jour(s)

14:00 heures