

PROGRAMME DE FORMATION

Intégrer les habitants dans la stratégie touristique de sa destination

Objectifs de la formation

- Identifier la tendance du tourisme de proximité et les attentes des habitants
- Définir ses objectifs vis-à-vis des habitants
- Distinguer les catégories d'habitants à impliquer dans la stratégie touristique
- Élaborer un projet de plan d'actions pour associer et cibler les habitants de sa destination

Programme

Les habitants, souvent négligés dans le passé, occupent désormais une place centrale dans le développement touristique de leur région. Ils sont tour à tour visiteurs, hôtes, acteurs politiques, commerçants, ambassadeurs tout en étant aussi des citoyens et des administrés. Aussi, ils sont à reconsidérer comme des voyageurs à part entière, désireux de découvrir leur territoire et de visiter leur propre région, et comme des contributeurs d'une offre touristique locale.

La crise sanitaire a également accéléré l'adoption de pratiques touristiques axées sur la proximité, telles que le "staycation" et le "locatourisme", pour répondre aux besoins des voyageurs en temps de crise. Cette crise a mis en évidence la nécessité de placer la clientèle de proximité au cœur des stratégies touristiques répondant ainsi à deux attentes fortes : la recherche d'interactions humaines lors des séjours touristiques, notamment par le biais des contacts avec les résidents locaux et la volonté de vivre des expériences authentiques et de découvrir des destinations proches de chez eux.

Le tourisme ne peut plus s'imaginer sans la participation active des habitants. Il est hautement stratégique de leur accorder une considération particulière dans les projets des OGD et du territoire.

Module 1 : Introduction : tourisme de proximité et attentes des clientèles

- Le tourisme à l'ère de l'économie collaborative

Module 2 : Définir les objectifs et le rôle des institutionnels

- Discussion sur l'ambition, le rôle et les objectifs des institutionnels
- Exemple de bonnes pratiques
- Vérifier l'opportunité de la démarche pour son territoire (Analyse SWOT)

Module 3 : Identifier les catégories d'habitants à impliquer

- Typologie des catégories d'habitant
- Analyse des intérêts et des besoins de chaque catégorie

Module 4 : Elaborer un plan d'actions

- Méthodologie pour élaborer un plan d'actions impliquant les habitants (planification participative, rôle dans l'engagement des habitants...)
- Atelier de création d'un plan d'actions (objectifs, activités, responsabilités et échéances)
- Définition d'un objectif SMART pour favoriser la mise en action rapide après la formation

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences

- Exercices ludopédagogiques
- Etude des cas concrets
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

Public

Directeur.rice, chargé.e de mission tourisme, marketing ou promotion, animateur de réseau, des offices de tourisme ou collectivités territoriales

Prérequis

Pas de pré-requis

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Marie DUPRAZ, formatrice et consultante spécialisée dans le domaines de l'ingénierie de projets touristiques et de stratégie marketing.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : quizz mise en situation, exercice pratique
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

2,00 jour(s)
14:00 heures