



## Réunion réseau écotourisme

**Pavillon de Marquèze – SABRES**

**Mercredi 12 mars 2014**



## Première partie : bilan partagé 2013

- **L'animation numérique** au service de la promotion de l'écotourisme : c'est reparti !
- **La grue cendrée** : pas toujours facile de composer avec la nature
- **Ecocyclo**, c'est « avec Paulette »
- **Eco certifications** : du retard.
- **La formation « marketing** de l'écotourisme »



## 1. Animation numérique et marketing de l'écotourisme

- **Une mission redémarrée** en avril 2013 basée sur le travail réalisé en 2012 (diagnostic et premiers ateliers)
- **Diagnostic numérique 2012**
  - 72% d'entre vous ont un site internet
  - Mais uniquement 40% maîtrisent le référencement
  - 28% d'entre vous sont sur un réseau social
  - Forte réserve/sites d'avis
  - 50% wifi gratuit
- **Questionnaire bilan 2013**
  - 11 réponses
  - Disponibilités : hiver, automne
  - Thématiques souhaitées :  
Référencement, réseaux sociaux, contenu multimédia



## 1. Animation numérique et marketing de l'écotourisme

- **Dix rendez-vous e-tourisme proposés entre novembre et mars 2014** (ateliers pratiques et cafés discussions)  
Participation moyenne : 6  
Prestataires touchés : 19
- **7 thématiques abordées** Référencement, Facebook, Google, Commercialisation en ligne, Travail en réseau, Relation client par l'e-mail et sites d'avis - **2 non traitées**  
Contenu multimédia, Accueil
- **8 rendez-vous individuels** en accompagnement personnalisé e-tourisme (à Sabres ou à domicile)

Boîte à outil sur <http://ecotourismepro.jimdo.com/>



## 1. Animation numérique et marketing de l'écotourisme

**Le site écotourisme** : une fréquentation en progression (56 439 visites uniques)

- mais nécessitant l'amélioration du référencement et à terme la refonte du site
- une meilleure mise en lien avec vos sites

**La page Facebook** : 1540 abonnés, en augmentation.  
Contenu éditorial basé sur le territoire (zoom), sur ses acteurs (portraits), sur les expériences à vivre (j'ai testé pour vous), sur ses spécificités et son actualité (plaisirs, agenda)

**La newsletter Grand Public** : 1 fois par mois adressée à plus de 700 contacts



## 2. Grues et météo : les aléas du tourisme de nature

### Rappel des objectifs 2013 :

- Une organisation des WE distincte du programme des sorties.
- Une offre élargie à d'autres découvertes ornithologiques



6 prestataires  
8 week-ends proposés  
2 week-ends vendus



**Une activité très sensible aux aléas climatiques**  
**Une pratique spécifique exigeant une promo ciblée**  
**Le critère prix compte aussi**



## 2. Grues et météo : les aléas du tourisme de nature

Un temps de bilan plus précis et de réorientation stratégique : avant l'été.

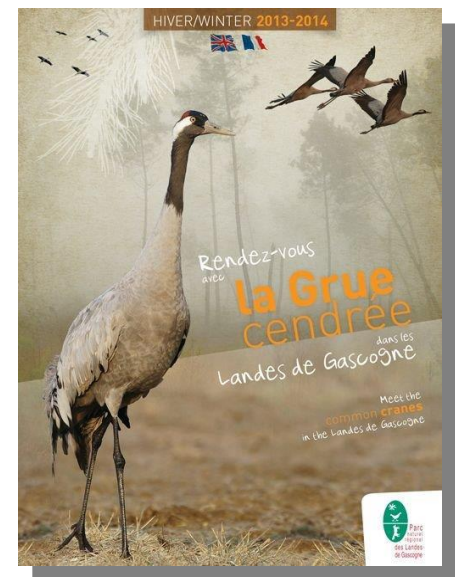
Offre sans doute à resserrer autour du cœur de cible : ornitho, photo animalière

Prix étudié

Réseaux de diffusion et supports de promo ciblé et anticipés (LPO)

En convenant que le **tourisme** fondé sur le « **vivant** », en milieu extérieur, reste **aléatoire**

Opportunité du projet de coopération.





### 3. Ecocyclo : dans les roues de Paulette et en itinérance

#### Points de progrès mis en œuvre :

Élargissement du nombre d'acteurs engagés (10)

- en courts-séjours 3 jours/2 nuits
- et 2 nuits en escale lors des séjours itinérants







### 3. Ecocyclo : dans les roues de Paulette et en itinérance

#### **Les courts séjours** 3jrs/ 2nuits **vendus en direct** :

- un carnet de route allégé en A5 paysage
- deux circuits en boucle et deux distances
- un positionnement détente, rupture, vélo facile, famille et bons plans avec une bonne conseillère : « Paulette »

Lancement au 1er avril 2014

#### **Les séjours itinérants** 7js/ 6 nuits **commercialisés** par agences :

- un parcours linéaire avec variété de paysages (vignoble, forêt, bassin)
- un triangle de caractère en Haute Lande
- deux nuits par hébergeurs
- nouvelles agences : avec offres transport de bagages.



## 4. Le chemin des éco certifications

**Rappel 2013** : Réunion du 8 mars de présentation de l'écolabel européen, de la marque Accueil du Parc et des Ecogîtes de Gîtes de France.



- Une Marque Parc qui se renforce à un niveau national.
- Un projet de marquage avec les bases nautiques sur la Leyre : présentation à la Fédération des Parcs le 8 avril
- Du retard dans les ateliers marque et écolabel pour les hébergements.



Boîte à outil sur <http://ecotourismepro.jimdo.com/>



## 5. Les ateliers de formation marketing de l'écotourisme

- Un atelier pour améliorer sa lisibilité et mieux cibler ses clientèles  
→ à Hostens le 14 mai 2013
- Un atelier sur la construction d'outils et d'argumentaires d'accueil  
→ à Hostens le 15 mai 2013
- Cinq audits personnalisés et temps d'échanges en suivi

**Avec ID TOURISM  
Guillaume Cromer**

Un projet de voyage d'étude dans les Cévennes en attente

Boîte à outil sur <http://ecotourismepro.jimdo.com/>



## Deuxième partie : projet 2014

- **Découvrir, se former** : enrichir ses pratiques ensemble
- **E-tourisme et promotion de l'écotourisme** : priorité aux contenus et aux partenariats
- **Focus sur les prescripteurs** : quels sont les bons relais ?
- **Tourisme participatif** : de nouvelles ressources locales
- **Actualités à retenir**



## 1. Enrichir ses pratiques

Des ateliers, visites et séminaires pour connaître et valoriser les ressources touristiques locales

Une collaboration OT Cœur du Bassin/PNR/FAC/CG33/Pays Adour Landes océanes

### Territoire

---

Lagunes du Gat  
mort à Louchats

Domaine de  
Certes à Audenge  
(05 juin)

En C10 sur la  
Leyre

A Marquèze

### Pratiques

---

Le jardin au  
naturel (22/05 ?)

Le ménage au  
naturel (automne)

Programme sur :

<http://ecotourismepro.jimdo.com/>

### Filières

---

Le Land'Art : un  
projet culturel,  
des sites, une  
attraction  
potentielle

Le tourisme  
ornithologique  
(octobre 2014)



## 2. E-tourisme et promotion de l'écotourisme

### Adapter les rendez-vous du e-tourisme :

- à vos priorités : contenu site internet, visibilité, accueil ? Autre ?
- à vos besoins : ateliers pratiques et cafés discussions
- à votre rythme : 1 rendez-vous par mois ?
- à vos disponibilités : de novembre à mars.



## 2. E-tourisme et promotion de l'écotourisme

### Objectifs marketing

- améliorer la fréquentation des vacances scolaires
- élargir la saison de fréquentation touristique du territoire
- cibler un public de proximité

### Choix stratégiques

- Consolider le positionnement « écotourisme » mais communiquer « nature et forêt » en s'appuyant sur les acquis « Parc naturel »
- Consolider les partenariats avec les destinations de référence de nos clientèles
- Adapter l'offre écotourisme et la rendre visible en s'orientant vers l'alliance tourisme et culture (Greeters)



## 2. E-tourisme et promotion de l'écotourisme

**Consolider le positionnement « écotourisme » mais communiquer « nature et forêt » en s'appuyant sur les acquis « Parc naturel »**

- Site internet Balades et Randonnées collaboratif : animer la contribution des partenaires (OT) - blog
- Page Facebook avec contenu éditorialisé : animer la contribution des prestataires
- Fonds photo et vidéo: création de contenu dans le cadre de la formation Reporter en déclinaison des vidéos commandées pour le site Balades et Randonnées





### 3. Focus sur les prescripteurs

## Prescripteurs écotourisme et nature



**Ecotourisme et voyage responsable** (*partenariats associations et institutionnels*)

proposer un hébergement sur le site, valoriser son engagement. Validation -120€/an.



Cap Cabane (Captieux), Chez Mainotte (Sabres)



Depuis 2006, Société coopérative et participative: blog conso responsable

Dès avril 2014 : site internet tourisme Via Sapiens.com

Critères de labels ou de démarches écotourisme

Convention avec les régions, fiabilité

Gratuit ou à partir de 50€ par an.





## 4. Diversifier et enrichir l'accueil par le tourisme participatif

- Faire participer les habitants aux activités touristiques et leur faire jouer un rôle d'acteurs et d'animateurs du tourisme
- Faire participer les touristes aux actions de la vie des habitants, leur faire partager des expériences conviviales et personnalisées

### Objectifs

- 1 - Renforcer le sentiment d'appartenance des habitants
- 2 - Développer et qualifier l'accueil physique
- 3 - Élargir l'offre de découvertes en lien avec les principes de durabilité

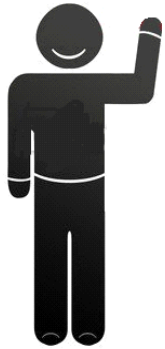
### Cibles

- les habitants désireux de mieux connaître leur territoire
- les visiteurs, touristes, curieux de découvrir un territoire « autrement »



## 4. Diversifier et enrichir l'accueil par le tourisme participatif

### Un réseau d' « ambassadeurs »



Il valorise son territoire en échangeant sur ses connaissances, sa passion, ses pratiques, activités....

Il est « contributeur », « relai » ou « animateur » !

**Vous êtes déjà un ambassadeur relai de l'accueil !**

**Vous voulez être un ambassadeur ? Faites nous le savoir !**



## 5. Actualités à retenir

En ligne en avril : [rando-landes-de-gascogne.com](http://rando-landes-de-gascogne.com)

Une sélection de belles balades et séjours concoctée par les Offices de Tourisme et le Parc



Pour enrichir les vacances de vos hôtes  
Pour générer des sorties et des séjours

Un dispositif numérique global pour faciliter l'accès à l'information et au terrain et la rendre séduisante



Un portail Internet  
Une application smartphone et tablettes (ITIAqui)  
Des contenus de qualité et originaux : blog, vidéos, photos, enregistrements

Landes  
Armagnac  
Site des Landes - Armagnac



offices de TOURISME  
BAZAS • CAPTEUX  
GRIGNOLS • VILLANDRAUT

Le Teich  
Bassin d'Arcachon  
La ville choisie par la Nature  
Office de Tourisme

SALLES  
L'AVANTAGE À COEUR !  
Office de Tourisme  
Salles - Val de l'Eyre

Cœur du Bassin d'Arcachon  
Biganos • Audenge • Lanton

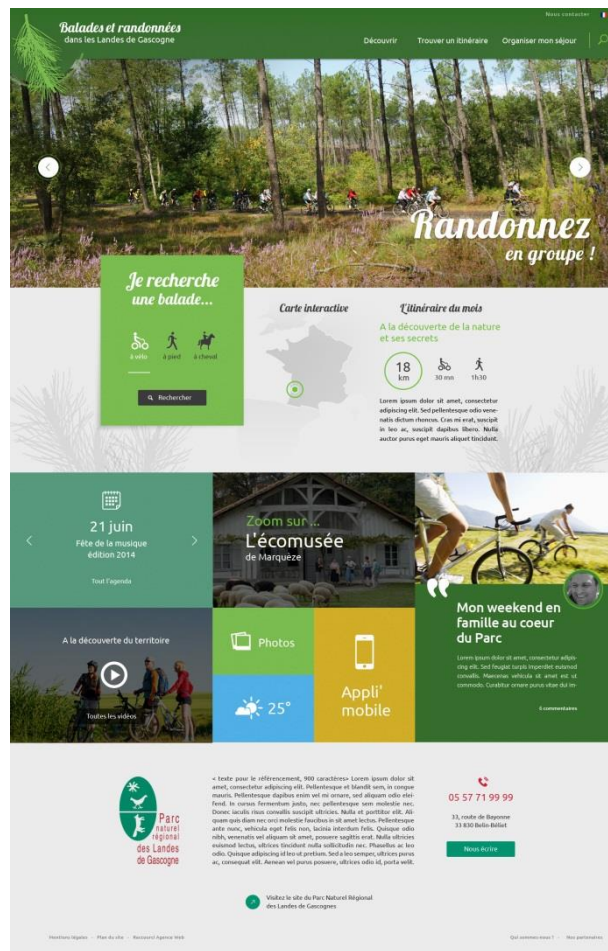
PAYS MORCENAIS  
ca coule de source

Parc  
naturel  
régional  
des Landes  
de Gascogne



## 5. Actualités à retenir

En ligne en avril : [rando-landes-de-gascogne.com](http://rando-landes-de-gascogne.com)



## Une ressource pour les professionnels

- Avant le séjour pour séduire et inspirer
- Pendant le séjour pour animer et faire découvrir



Faites votre sélection de balades et proposez un lien sur votre propre site





## 5. Actualités à retenir

### Cet été : enquête sur les publics en séjours

La dernière enquête de clientèles date de 2004

#### Ses principaux enseignements :

- L'origine des hôtes : 1/Ile de France, 2/Rhône Alpes, 3/Aquitaine
- 13,4 % d'étrangers dont 1/Pays Bas, 2/Belgique, 3/Angleterre
- Notoriété et conseils : 1ers vecteurs de connaissance de la destination
- En 2004 : 34% organisaient leur séjour sur Internet
- Critères de choix : calme, **océan**, climat = 44,5% ; **forêt**/nature = 22%
- Les activités pratiquées : 1/marchés, 2/villages, 3/sites naturels
- Activités de pleine nature : 66%
- 40% trouvent l'info sur leur hébergement, 22% à l'OT
- Satisfaction : 8,15/10 (activités et animations ++, heb +)



## 5. Actualités à retenir

### Cet été : enquête sur les publics en séjours

Comment ont évolué ces indicateurs ?



Quelle est la sensibilité des clientèles aux valeurs du tourisme durable ?



Une enquête pendant deux mois dans le cadre de la grande enquête des publics de l'intérieur organisée par le CDT 40.

Des entretiens en vis-à-vis et des questionnaires remis aux hôtes volontaires.



## Troisième partie : quel tourisme pour demain ?

Un projet de **tourisme durable** inscrit dans la nouvelle **charte du Parc**.

Une expérience de **coopération avec les Offices de Tourisme et les Pays** voisins autour de **filières** partagées et d'**actions mutualisées** :

- L'écotourisme,
- L'itinérance.

Un projet qui s'est toujours inscrit en **cohérence avec les politiques publiques** touristiques.

De nouvelles politiques publiques : Europe, Etat, Région, Départements.

L'ambition de rejoindre le réseau Europarc en signant la **Charte européenne du Tourisme durable** début 2015.





## Troisième partie : quel tourisme pour demain ?

### Mode d'emploi :

- Un état des lieux : printemps 2014
- Une concertation avec les nouvelles collectivités, leurs OT, les professionnels
- Un projet à co-construire à partir de fin 2014 : dossier de candidature à la charte européenne et aux appels à projets publics.

### Deux questions pour guider l'état des lieux et les premières concertations

Quels sont les 3 principaux atouts de notre territoire ?

Quels sont les 3 principaux manques et points d'amélioration ?



## Troisième partie : quel tourisme pour demain ?

Quels sont les principaux atouts de notre territoire ?

### 1 : Une forte identité géographique :

- Nature/forêt/environnement préservé
- L'espace/grands espaces
- Le calme, la tranquillité
- Le climat

### 2 : L'identité culturelle du territoire

- Authenticité/accueil
- Gastronomie/produits du terroir
- Patrimoine, architecture, histoire

### 3 : Une localisation stratégique

- Proximité de l'océan/Bordeaux
- Situation centrale en Aquitaine

### 4 : La diversité

- Des paysages
- Des identités



## Troisième partie : quel tourisme pour demain ?

Quels sont les principaux manques et points d'amélioration ?

- 1 L'animation** : dans les villages, les événements, l'accès aux savoir-faire, aux produits locaux...
- 2 Les équipements** : sites majeurs ouverts hors saison, chemins et pistes cyclables, signalisation, restauration...
- 3 L'organisation touristique locale** : soutien et coordination politique, offres structurées et complètes...
- 4 L'isolement, les TIC** : transports en commun, réseaux mobiles...
- 5 La communication** : à renouveler et mieux cibler
- 6 L'accueil, l'hospitalité** : convivialité, la volonté de partage



Merci à tous pour votre participation et à prochainement !