



PROGRAMME DE FORMATION

Désaisonnalisation : créer un tourisme aux 4 saisons

2 jours
14,00 heures

Public visé

Chefs de projets et /ou chargé(e)s de mission tourisme, développement local.
Responsables de développement d'offices de Tourisme, stations balnéaires et de montagne, parcs nationaux.

Objectifs pédagogiques

Pourquoi suivre cette formation ?

Les quatre saisons de nos territoires : mythe ou réalité ?

La saisonnalité est une fluctuation des flux touristiques ayant majoritairement des impacts négatifs sur un territoire.

Cette formation permettra :

- *de faire un diagnostic plus large des potentialités territoriales et des astuces marketing pour réduire ces conséquences négatives.*
- *d'amorcer des solutions par un diagnostic territorial percutant pour mieux lutter contre la saisonnalité.*

Dans le contexte actuel, les acteurs privés et publics constatent que lutter contre le «surtourisme». C'est dénormaliser celui-ci en diversifiant l'offre et l'étalant dans l'espace et le temps.

Objectifs de formation :

- Acquérir la méthodologie de diagnostic territorial pour un renouvellement de l'offre globale et devenir une destination aux quatre saisons
- Déterminer les facteurs territoriaux endogènes freins à l'annualisation de l'activité
- Sélectionner les clés de l'innovation touristique et repenser son offre touristique en fonction des diverses saisons
- Gérer les flux touristiques et taux d'occupation annuellement face au contexte de la covid 19



Programme de la formation

DEFINIR LE CONCEPT COMPLEXE DE LA SAISONNALITE

Identification **des facteurs** naturels et institutionnels ainsi que des variations temporelles et spatiales des activités impactant un territoire.

Focus sur les territoires locaux et nationaux (chiffrages de fréquentation, pics de saison etc...).

Analyse des fluctuations de fréquentation et ressources nécessaires humaines et matérielles requises pour un tourisme non saisonnier.

Etude des conséquences positives et négatives de la saisonnalité, les effets sociétaux, économiques et écologiques.

Réflexion sur la théorie du ruissellement naturel des flux touristiques.

IDENTIFIER LE CARACTERE REVERSIBLE DES ACTIVITES TOURISTIQUES

Analyser les **tendances contextuelles** (mégatendances prospectives) par un benchmarking international et national.

Définir les étapes de diagnostic territorial pour élaborer **un plan d'action** novateur (état des lieux, offres et pratiques, découpage territorial, la dynamique locale, les projets futurs).

Identifier les nouveaux comportements d'achat des consommateurs post covid (facteurs culturels, sociaux, personnels, psychologiques).

Construire une vision commune et holistique du territoire en valorisant les interactions entre les lieux, en résolvant les dissonances et dissymétries collaboratives.

METTRE EN PLACE DES SOLUTIONS MULTIPLES INCITATIVES

Définir **une politique de communication** par un cross canal ou multicanal.

- Mesurer **les outils marketing efficaces** afin d'envisager de nouvelles.
- Prestations pour une clientèle plus hétérogène (Web et M Marketing, Storytelling, SOLOMO).

Reconsidérer et diversifier l'offre touristique à court et long terme (post covid) afin de répondre **aux questions** :

- quelles astuces pour attirer les touristes hors saison ?
- quels événements et manifestations identitaires peut-on mettre en place pour prolonger la durée d'un séjour ?

Redéployer le marché des réunions et voyages de motivation actif sur notre territoire toute l'année (acteurs hôteliers et de la restauration, organisateurs d'activités culturelles et sportives, de nature etc. ...).

Redynamiser la coopération et l'implication entre les divers acteurs locaux : comment mobiliser les autochtones, encourager des nouvelles formes de tourisme post covid (slow tourisme, tourisme engagé etc. ...).

Modalités pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et travaux pratiques

Workshop d'élaboration de fiches méthodologiques adaptées au territoire de chaque participant

Moyens et supports pédagogiques

Support de formation remis au format PDF

Matrices marketing

Fiches méthodologiques

Modalités d'évaluation et de suivi

Evaluation de l'atteinte des objectifs à chaud et à froid

Bilan de satisfaction à chaud