

SCHEMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

PAYS VICHY-AUVERGNE

Lancement de la mission : mercredi 30 juin 2010



PROTOURISME

21, place de Grandjean - 33440 Ambarès
Tel : 05 57 77 59 60 - Fax : 05 57 77 59 61

27, rue Jean Claret - 63000 Clermont-Ferrand
Tel/Fax : 04 73 42 99 81

PREAMBULE : LES ENJEUX

- Le pays touristique Vichy-Auvergne possède de véritables atouts :
 - Deux Marques touristiques fortes
 - La thématique de l'eau déclinée sous toutes ses formes
 - Une variété d'espaces et d'usages touristiques du territoire : tourisme de nature, tourisme culturel et patrimonial, thermalisme et tourisme de bien-être, tourisme viti-vinicole, tourisme d'affaires, tourisme événementiel
 - Un territoire qui peut s'appuyer sur des entités touristiques identifiées : Vichy, Val de Sioule, Montagne Bourbonnaise, Saint-Pourçain, etc...
 - Un territoire naturel préservé, composé de nombreux espaces à fort intérêt environnemental

→ Le pays Vichy-Auvergne doit également résoudre un certain nombre de freins :

- A l'exception de l'agglomération de Vichy, une offre en hébergement dans les territoires limitrophes souvent insuffisamment qualitative, avec trop peu d'hébergement de charme et de caractère en capacité de séduire plus fortement les clientèles touristiques d'agrément.
 - Des filières trop peu structurées pour être visibles et offrir de véritables garanties de qualité : filière viti-vinicole, tourisme de nature, culture et patrimoine, ...
- A l'exception de Vichy, une présence insuffisante de l'offre touristique du territoire sur Internet (alors que 3 français sur 4 se renseignent via internet pour préparer leurs séjour).
- Un manque de lisibilité et de cohérence générale dans l'organisation touristique

- Un contexte d'organisation touristique qui évolue :
 - Une réflexion régionale sur l'organisation des ALT
 - Des offices de tourisme au niveau national dont les missions évoluent et qui deviennent de véritables producteurs touristiques, garants de la qualité des prestations offertes aux touristes, aux excursionnistes et habitants
 - Une culture papier dans la communication touristique qui tend à disparaître, donnant une large place à Internet
 - Des outils de commercialisation de plus en plus performants permettant de mieux vendre mais surtout de faire vendre à d'autres (agences, sites internet, Tour Opérateurs, associations spécialisées, ...)

NOTRE APPROCHE DE LA DEMARCHE

PHILOSOPHIE DE LA DEMARCHE

- Elargir l'univers de la Marque de destination Vichy-Auvergne autour de l'élément « eau »
- Favoriser la création d'emplois touristiques et augmenter les retombées économiques par habitant
 - Par le tourisme, améliorer le cadre de vie des habitants, qui sont les premiers prescripteurs
- Améliorer le niveau de services toute l'année au profit des touristes et des habitants
- Préserver et valoriser plus fortement les atouts naturels et patrimoniaux du territoire

- Il ne s'agit pas pour le Pays de faire à la place des collectivités mais plutôt de fournir un appui technique et d'élaborer des perspectives d'évolution validées par tous
 - Vers une nouvelle organisation du tourisme :
il conviendra de ne pas confondre territoire de projet et territoire de communication
- Une démarche collaborative, permettant la mise en commun et le partage d'informations :
 - Transmission d'un questionnaire par structure permettant de connaître les missions, projets et attentes de chacun
 - Mise en ligne d'une plateforme collaborative accessible à tous les acteurs du tourisme sur le territoire du pays Vichy-Auvergne

Schéma de développement et de positionnement touristique de Vichy-Auvergne

tourisme-vichy-auvergne

Publications Discussions Audios Photos Vidéos Avis Adresses Evénements Membres A propos



- Changez la photo
- Administrez l'espace
- Voir les statistiques

Administré par [protourisme](#)
Réseau : [professionnels](#)
 Popularité (basse)
 Activité (aucune)
Anonymat bas
[+ d'infos](#)

- Gérer mes notifications
- Gérer mon inscription

Lieu d'échange et de partage à destination des élus, professionnels et institutionnels du tourisme du territoire de Vichy-Auvergne, ayant pour objectif la définition et la mise en oeuvre d'une stratégie de développement et de positionnement touristique pour le territoire.

DERNIÈRES PUBLICATIONS

DERNIERS COMMENTAIRES

[Créer une publication](#)

[Ouvrir la salle de discussion](#)

[Communication tourisme](#)

Relations presse, événementiels Faites appel à des spécialistes !
www.agence-c3m.com

[Bienvenue en Auvergne](#)

Travailler et Vivre autrement ? Toute l'Auvergne vous attend.
www.auvergnelife.tv

[Randonnée en Suisse](#)

Découvrez nos offres rando et les paysages du Valais
www.suisse.com



Annonces Google

[Enlever la pub](#)

DEMARCHE PROPOSEE

REUNION DE DEMARRAGE / ATTENTES ET BESOINS DU PAYS ET DES
PARTENAIRES - JUIN 2010

PHASE 1

DIAGNOSTIC
DYNAMIQUE ET
APPROCHE
MARKETING

SEPTEMBRE 2010

COMITE DE PILOTAGE

PHASE 2

DEMARCHE
PARTENARIALE ET
STRATEGIE

DECEMBRE 2010

COMITE DE PILOTAGE

PHASE 3

PLAN D' ACTIONS
MARKETING ET
DEVELOPPEMENT

MARS/AVRIL 2011

COMITE DE PILOTAGE

PHASE 1

DIAGNOSTIC DYNAMIQUE ET APPROCHE MARKETING

- Réunion de cadrage et lancement de la mission
- Diagnostic touristique avec pour chaque territoire :
 - ✓ Poids du tourisme (capacité d'accueil, fréquentation, retombées)
 - ✓ Organisation touristique (le « Qui fait quoi ? »)
 - ✓ Audit terrain de l'offre (sites, hébergements, aménagements, activités)
- Diagnostic identitaire des territoires :
 1. *Enquêtes quantitatives non clients :*
 - ✓ Questionnaires sur panel (250)
 2. *Enquête auprès des acteurs et partenaires (50)*
- Analyse communication/commercialisation pour chaque entité territoriale
- Synthèse des tendances de consommation touristique
- Visites d'expertise (3 journées)
- Synthèse SWOT par territoire puis restitution Cotech et Copil

PHASE 2

DEMARCHE PARTENARIALE ET STRATEGIE

- Démarche partenariale : animation et synthèse des 4 commissions de travail thématiques :
 - ✓ Compétence tourisme et organisation
 - ✓ Tourisme culturel, gastronomique, événementiel
 - ✓ Tourisme de nature, loisirs, thermalisme et bien-être
 - ✓ Hébergements touristique et restauration
- Stratégie de développement : Aménagements / Equipements / Animation / Organisation avec objectifs déclinés par territoires cohérents
- Positionnement de la destination : Stratégie de Marque / Communication / Mise en marché

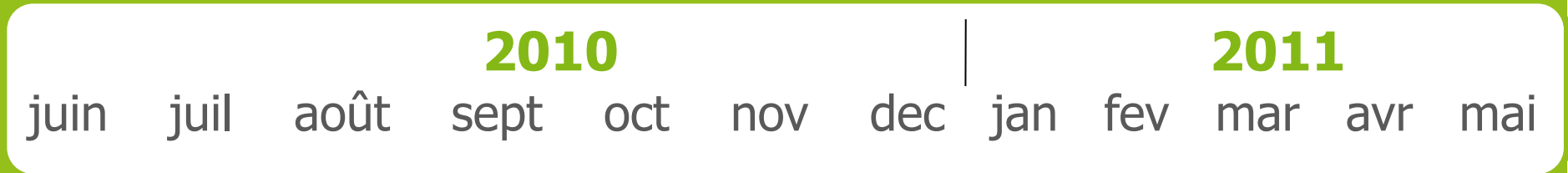
PHASE 3

PLAN D' ACTIONS OPERATIONNELLES

→ Fiches actions Développement et Marketing « Vichy-Auvergne » avec lorsque nécessaire, déclinaison des actions par territoires (aménagement projets, positionnement spécifique). Ces fiches intègrent :

- ✓ Maîtrise d'ouvrage
- ✓ Niveaux de priorité
- ✓ Justification
- ✓ Enjeux
- ✓ Objectifs
- ✓ Lieu
- ✓ Cibles
- ✓ Descriptif de l'opération
- ✓ Moyens humains et financier à mobiliser
- ✓ Partenaires
- ✓ Calendrier
- ✓ Coût et modes de financement
- ✓ Moyens et outils de contrôle

→ Assises de restitution finale



COMITÉ TECHNIQUE +
COMITÉ DE PILOTAGE



COMITÉ TECHNIQUE +
COMITÉ DE PILOTAGE



COMITÉ TECHNIQUE +
COMITÉ DE PILOTAGE +
ASSISES DU TOURISME

→ Synthèse de la production Protourisme pour cette mission :

- Un plan d'actions développement, aménagement avec expertise des projets majeurs, organisation touristique
 - Un plan d'actions marketing et communication avec positionnement de la destination
 - Une enquête « image » auprès des clients, non clients et prescripteurs
- Des outils de contrôle et d'observation adaptés aux spécificités du territoire, complémentaires des outils départementaux et régionaux
 - L'étude complète Protourisme « Vacances d'été des Français : quels comportements face à la crise ? » ainsi que de nombreuses analyses thématiques du secteur du tourisme