

Destination campagne

30 ET 31
JANV
2020

GAILLAC | TARN

Programme

Jeudi 30 janvier 2020

14h – 15h : Ateliers « La campagne qui gagne »

Pause gourmande

15h30 à 17h : Ateliers « coconstruire le tourisme de campagne »

A partir de 18h : Soirée au festival des lanternes

Vendredi 31 janvier 2020

9h – 10h30 : Conférence plénière

Pause gourmande

11h – 12h : Les ateliers Destination Campagne

Pause déjeuner

14h – 15h : Les ateliers Destination Campagne

Pause gourmande

15h30 – 17h : Les ateliers Destination Campagne

Destination
campagne

14h – 15h : Atelier « La campagne qui gagne »

*La campagne
qui gagne*

14h – 15h

A1 – L'évènement comme levier de développement

Exemple 1 : Festival des lanternes : le pari gagnant

Le festival des lanternes attire 450 000 visiteurs à Gaillac sur 2 mois en saison basse. Les retombées directes et indirectes pour la ville et ses professionnels sont considérables et permettent des investissements qui rendent l'offre urbaine et touristique plus attractive : On décrypte

Exemple 2 : Apéro concert dans le vignoble

La campagne se gagne aussi dans les vignes, autour de l'apéro et de concerts champêtres sur le vignoble de Gaillac. Le plaisir se partage dans la simplicité d'un terroir qui se déguste avec passion et convivialité.

ANIMATRICE : Véronique VIDAL

INTERVENANTS :

- Mairie de Gaillac
- Cédric CARCENAC, Maison des vins de Gaillac

*La campagne
qui gagne*

14h – 15h

A2 – Le réseau qui ose et qui gagne

Atelier interactif institutionnels

Exemple 1 : Arvieu : investissement et développement en réseau

Non ! La désertification rurale n'est pas une fatalité ! Arvieu, 800 habitants, a relevé défi : zone d'Activité Numérique, Espace Coworking, Fab-lab, Boucherie rénovée, Circuits courts... Innovation et modernité concertée au cœur de l'Aveyron pour investir sur son avenir qui est aussi touristique.

Exemple 2 : Terra aventura : le gaming gagnant en communauté territoriale

400 parcours, plus de 1,7 million de joueurs 115 000 téléchargements et surtout 97% de satisfaits ! La chasse au trésor qui bat tous les records... Terra aventura c'est le succès qui fédère toutes les strates du tourisme institutionnel en Nouvelle Aquitaine avec des socioprofessionnels qui en demandent encore.

ANIMATEUR : Benoit DUDRAGNE

INTERVENANTS :

- Vincent BENOIT, Agence Laëtis
- Sophie MARNIER, Terra aventura

*Destination
campagne*

A3 – J’ai transformé mon hébergement et mon séjour en mode insolite

Atelier interactif hébergeurs

L’insolite est en vogue ! En proposant une expérience insolite, certains hébergeurs augmentent leur chiffre d’affaires ou le préservent en période de crise... Mais attention, l’insolite peut disparaître quand tout le monde se met à faire le même. Être insolite, le devenir et surtout le rester... Le challenge de la campagne qui gagne !

Exemple : L’amour l’amour l’amour : Le Week-end Amoureux toujours complet

Depuis plus de 10 ans, la bastide de la roquette en Provence Verte dans le Var cartonne avec son week-end amoureux « L’amour, l’amour, l’amour »... une expérience réservée plusieurs mois à l’avance : Focus sur son histoire et les ingrédients de son succès

Exemple : Les cabanes dans les bois

ANIMATEUR : Thomas YUNG

INTERVENANTS :

- Nicolas OUDARD et Marie Pierre EYMERIC, office de tourisme Provence Verte et Verdon Tourisme
- Éric PECHADRE, Les cabanes dans les bois

A4 – Nouveaux concepts et succès « visites et loisirs »

Atelier interactif Prestataires visites et loisirs

La peur de s’ennuyer accompagne parfois l’image du tourisme à la campagne... Nouveaux concepts marketing, événements, positionnement marqué, modèles économiques innovants, la campagne qui gagne doit se réinventer régulièrement pour préserver sa clientèle et en acquérir une nouvelle.

Exemple : Millau : le positionnement « Aventure »

Depuis de nombreuses années Millau a construit son positionnement touristique autour de l’aventure. Des événements majeurs avec les Natural Games et le trail des Templiers associés à une gamme d’activités nature hors norme la positionnent comme une destination phare sur un marché en expansion

Exemple : Foudr’Truck : multi-sensorielle, servi par un vrai scénario, l’expérience est totale

Le principe d’immersion de la réalité virtuelle est séduisant mais souvent les expériences VR manquent de mise en scène. La décision de construire une capsule de réalité virtuelle assurant le conditionnement des spectateurs est prise. Puis l’immersion opère à l’intérieur.... Elle s’adresse ici pour l’oenotourisme mais peut s’appliquer à n’importe quel domaine en changeant simplement l’habillage de la capsule...

ANIMATEUR : Mathieu VADOT

INTERVENANTS :

- Frédéric HIDEUX, Office de Tourisme Millau Grands Causses
- Bertrand MILLOT, Saint Emilion Tourisme

15h30 -17 : Ateliers « coconstruire le tourisme de campagne »

*Coconstruire le
tourisme de campagne*

15h30 – 17h

A5 – Office de tourisme : 10 concepts originaux pour dynamiser l'animation de ses prestataires

Atelier co-construction

L'animation marketing de son réseau de socioprofessionnels est un levier indispensable à l'attractivité de sa destination. Identifions ensemble la panoplie inspirante de l'animateur qui sommeille en vous : club marketing ? barcamps ? speed meeting ? design d'expériences ? ...

- Quels sont les concepts innovants pour animer ses prestataires
- Comment s'y prendre pour les mettre en œuvre

ANIMATRICE : Véronique VIDAL

*Coconstruire le
tourisme de campagne*

15h30 – 17h

A6 – Institutionnels : Bonifier l'image de la campagne

Atelier co-construction

Identifions le Top 5 des valeurs de la campagne à décliner dans son offre et ses supports de communication pour bonifier l'image et rendre la campagne attractive et moderne. Un seul objectif : attirer les moins de 30 ans à la campagne

- Quelles est l'image de la campagne aujourd'hui ?
- Sur quels axes faut-il la faire évoluer ?
- Comment s'y prendre concrètement ?

ANIMATEUR : Benoit DUDRAGNE

*Coconstruire le
tourisme de campagne*

15h30 – 17h

A7 – Hébergeurs : Les 10 commandements d'une expérience client réussie

Atelier co-construction

L'expérience client est le ressenti émotionnel généré par sa pratique touristique dans votre établissement et aux alentours. Conciergerie ? Service + ? Surprise ?...

- Quelles actions simples à mettre en place pour fluidifier et enchanter le parcours de votre client
- Comment lui offrir une "top expérience"

ANIMATEUR : Thomas YUNG

*Destination
campagne*

A8 – Prestataires visites et loisirs : Marketer et promouvoir son offre loisirs pour mieux la vendre

Atelier co-construction

L'aménagement des espaces naturels pour les loisirs touristiques devient de plus en plus mature et performant. L'offre y est multiple, diverse, variée, structurée et souvent qualitative. Créons le mode d'emploi et identifions les axes de valorisation

- Quels sont les axes de valorisation de l'offre loisir ?
- Comment la présenter sur une destination pour mieux la vendre ?
- Quelles stratégies pour communiquer dessus ?

ANIMATEUR : Mathieu VADOT

9h – 10h30 Conférence plénière

La campagne, nouvel eldorado des touristes ?

Poussées par des crises sociales, économiques et environnementales, nous vivons des mutations sociétales qui modifient en profondeur les valeurs et les comportements des Français. Le secteur du tourisme est impacté et doit s'adapter en connaissance de cause, y compris à la campagne.

- Comment évolue notre rapport à la nature, à la campagne, au loisir et au tourisme et où en serons-nous en 2030 ?
- Face à ces changements, quels sont les atouts et les faiblesses des campagnes par rapport aux zones urbaines ?
- Comment les acteurs du tourisme rural peuvent-ils tirer parti de ces changements ?

INTERVENANT : Julie RIEG, Sociologue

11h - 12h : Les ateliers Destination Campagne

*Les ateliers
Destination campagne
11h – 12h*

A9 – Quels sont les freins du tourisme à la campagne, comment les gommer

Ateliers vision & tendance

Pour 80% des Français, la vie à la campagne est la vie idéale. Pourtant tout n'est pas parfait et de nombreux freins entravent le développement du tourisme à la campagne. Il est temps de s'en occuper sérieusement

- Quels sont les principaux freins du tourisme à la campagne ?
- Comment agir pour les gommer ?
- Qui doit faire quoi ?

ANIMATEUR : Benoit DUDRAGNE

INTERVENANTS :

- Jean PINARD, Comité Régional du Tourisme Occitanie
- Mathieu VIDAL et Michèle Lalanne, Institut National universitaire Champollion
- Yves BUISSON, Office de Tourisme de la Vallée de la Dordogne

*Destination
campagne*

Les ateliers
Destination campagne
11h – 12h

A10 – Les labels pour gagner en business

Ateliers hébergeurs : Témoignages et retours d'expériences

Vécus souvent comme une contrainte lourde, les labels font parfois peur... Mais si l'on sait dépasser le stade de la case à cocher, ils deviennent de véritables opportunités pour votre business ! Témoignages...

ANIMATEUR : Thomas YUNG

INTERVENANT :

- Cédric BAUBOUIN, Chambres d'hôtes les 8B

Les ateliers
Destination campagne
11h – 12h

A11 – Le Rendez-vous de l'insolite

Ateliers prestataire visites et loisirs : Témoignages et retours d'expériences

Quand la concurrence s'aiguise, quand le marché du tourisme se tend, quand il se confronte aux nouvelles générations, l'expérience insolite est une clé pour se différencier et devenir attractif ! Témoignage de ceux qui ont osé l'insolite...

Exemple 1 : Les Folies Fermières

Une aventure incroyable pour cet agriculteur du Tarn ! Depuis 2015, David Caumette lance le seul « cabaret » à la ferme de France ! Produits de sa ferme dans l'assiette et spectacle en même temps. Un projet fou, semé d'embûches mais couronné de succès.

Exemple 2 : Le Vallon du Villaret

Unique en France, ce parc est un des sites les plus visités des Cévennes. Nature, activités, art contemporain, ...

ANIMATRICE : Véronique VIDAL

INTERVENANTS :

- David CAUMETTE, Cabaret « Les folies fermières »
- Guillaume SONNET, Le Vallon du Villaret

*Destination
campagne*

Les ateliers
Destination campagne

11h – 12h

A12 – Gagner en visibilité sur Google avec le cocon sémantique

Ateliers : Je m’y colle

La visibilité sur le web est le nerf de la guerre aussi bien pour les professionnels que pour les destinations touristiques. Construire son cocon sémantique pour gagner en visibilité sur les moteurs de recherche est particulièrement efficace : démonstration...

- C’est quoi un cocon sémantique
- Comment en construire un autour de mon offre touristique
- Comment mesurer son efficacité

ANIMATEUR : Mathieu VADOT

INTERVENANT :

- Samuel BEAUTREFOND, Office de Tourisme Vallée de la Dordogne

14h - 15h : Les ateliers Destination Campagne

Les ateliers
Destination campagne

14h – 15h

A13 – 10 conseils pour générer une expérience singulière et sensorielle à la campagne

Ateliers : Top 10 des bonnes pratiques

Votre expérience de visite ou de pleine nature est sympa ! Elle plait à vos clients, mais peut-on la rendre plus attractive ? Unique ? Différenciante ? Comment y intégrer les ingrédients qui produiront l’émotion mémorable...

- Quels sont les ingrédients d’une expérience
- Comment agir dessus pour la rendre différenciante et attractive

ANIMATEUR : Benoit DUDRAGNE

Les ateliers
Destination campagne

14h – 15h

A14 – Les dernières évolutions d’Airbnb et de Booking dans la vente en ligne hébergement et loisirs

Ateliers hébergeurs : On décrypte

Airbnb et Booking ne cessent de faire évoluer leurs offres dans une compétition acharnée qui bouscule constamment les règles du marché : décryptage

- Quelles sont les dernières évolutions chez ces gros OTA ?
- Quelles conséquences pour mon activité ?
- Comment agir pour en tirer profit ?

ANIMATEUR : Mathieu VADOT

*Destination
campagne*

Les ateliers
Destination campagne
14h – 15h

A15 – Le Tourisme d'affaire à la campagne : ça marche

Ateliers : On explore

Les atouts de la campagne sont multiples pour diversifier son offre par le tourisme d'affaires. La tendance se renforce avec souvent le besoin de quitter le rythme infernal de la ville pour se reconnecter à la nature et à ses collègues de bureau. Mais attention service minimum obligatoire !

- Quel Type de tourisme d'affaire pour la campagne ?
- Sur quels leviers miser ?
- Quels sont les écueils et les facteurs clés de réussite ?

ANIMATEUR : Thomas YUNG

INTERVENANT :

- Eric VIEL, Chambres d'hôtes le Castelet
- Lionel DOMINIQUE, les Jardins des Martels
- Eric PECHADRE, Les cabanes dans les bois

Les ateliers
Destination campagne
14h – 15h

A16 – Tirer profit des avis client pour améliorer son offre et renforcer sa communication : mode d'emploi

Ateliers : Je m'y colle

Les avis client quand ils existent révèlent nombre d'informations pertinentes sur votre établissement qui ne sont rarement reprises pour améliorer votre propre communication sur vos outils. Jouer avec les avis client et muscler votre communication !

- Pourquoi un avis client sont une mine d'or
- Comment les exploiter dans sa communication

15h30 - 17h : Les ateliers Destination Campagne

Les ateliers
Destination campagne
15h30 – 17h

A17 – (atelier de 16h30 – 17h) Rajeunir la campagne pour la rendre plus tendance et attractive

Ateliers : Le retour du Lab

Déprimante, authentique, apaisante, isolée, calme, belle, ennuyeuse, la campagne a des atouts mais peut faire peur aux jeunes générations... Comment agir, sur quels leviers pour la rendre tendance et attractive

ANIMATRICE : Véronique VIDAL

*Destination
campagne*

Les ateliers
Destination campagne
15h30 – 17h

A18 – (atelier 15h30 – 16h30) Quel office de tourisme à la campagne ?

Ateliers institutionnels

L'office de tourisme à la campagne subit de plein fouet les mutations numériques, sociologiques et administratives... lui aussi doit s'adapter. Ses missions peuvent être multiples et variées, du marketing au développement, de l'accueil à l'animation les objectifs et les attentes sont fortes et la mutualisation change la donne.

- Quels sont les missions prioritaires d'un office de tourisme à la campagne
- Comment les adapter à ses moyens en restant efficace pour créer de la valeur
- Est-il le couteau suisse du développement rural ?

ANIMATEUR : Benoit DUDRAGNE

INTERVENANTS :

- Nicolas OUDARD, Office de Tourisme Provence Verte et Verdon Tourisme
- Yves BUISSON, Office de Tourisme de la Vallée de la Dordogne

Les ateliers
Destination campagne
15h30 – 17h

A19 – Les meilleurs contenus sur les réseaux sociaux pour un pro à la campagne

Ateliers : Les bonnes pratiques

Si les réseaux sociaux sont toujours des vecteurs de communication incontournables, les contenus varient selon les supports. Leur performance est indispensable pour générer de l'engagement et faire du buzz. Mais au fait : pour la campagne c'est quoi qui marche ?

- Quels sont les contenus sociaux qui marchent à la campagne ?
- Sur quels supports se concentrer en fonction de mon activité ?
- Quelles stratégies adopter ?

INTERVENANT : Sébastien REPETO, Agence My Destination

Les ateliers
Destination campagne
15h30 – 17h

A20 – Comment vendre directement sur les pages de recherche de Google

Ateliers : Je m'y colle

Opportunité ou risque de dépendance ? A partir de sa position dominante dans les pages de recherche, Google compare le prix des OTA et offre un processus de réservation aussi bien pour les hébergements que pour les visites et les activités

- Comment vendre en direct dans le comparateur d'hébergement de Google ?
- Est-il possible de ne pas y apparaître ?
- Les sites touristiques et activités de loisirs sont-ils logés à la même enseigne ?

AMINATEURS : Thomas YUNG et Mathieu VADOT

*Destination
campagne*