

# Destination campagne

02 & 03  
FEV  
2022

EN LIVE

## Programme

Mercredi 02 février

9h – 10h :

### A1 – Quels ingrédients dans les itinéraires gourmands

#### **Atelier « On explore » destiné aux institutionnels**

La gourmandise est un vilain défaut, mais très attractif pour les destinations. Les routes gourmandes offrent la possibilité de valoriser ses spécialités locales dans une découverte qu'il faut savoir mettre en scène en s'appuyant sur des marques.

- Quelles retombées économiques attendre
- Comment mettre en scène une route gourmande
- Quel est son véritable attrait
- Doit-on s'appuyer sur la marque locale ?

**Animateur** : Benoît Dudragne, Consultant tourisme et Etourisme

#### **Intervenants** :

Patrice Cougoureux, Ferme de Peyrouse (Tarn)

Clémence Fayard, Directrice Office de Tourisme Castelnaudary

Adeline Pech, Office de Tourisme Castelnaudary

**10h – 10h30 :**

## **A2 – 10 astuces pour augmenter sa visibilité**

### **Atelier « Le top des bonnes pratiques » destiné à un public mixte**

Votre offre est top, votre communication aussi, mais êtes-vous visibles ? Site web, médias sociaux, partenariats, sans visibilité tous vos efforts marketing sont inutiles.

- Quelles sont les 10 actions clés pour booster sa visibilité ?

**Animateur** : Arnaud Maes, Consultant en Etourisme

**10h30 – 11h30**

## **A3 – Tourisme de savoir-faire locaux et ancestraux**

### **Atelier « On explore » destiné aux institutionnels**

La campagne regorge de savoir-faire ancestraux, artisanaux, traditionnels ou agricoles. Mémoire vivante de l'excellence locale, la visite d'entreprise est une réelle expérience touristique. Une alternative qui répond aux attentes d'authenticité et de découverte de la clientèle touristique : une opportunité pour nos campagnes.

- Quel est le potentiel d'une destination rurale sur le tourisme de savoir-faire ?
- Quelle méthode pour valoriser les savoir-faire ?
- Quels sont les avantages et les freins d'une telle démarche ?

**Animateur** : Thomas Yung, Artiref, Web Marketing Hotelier

#### **Intervenants :**

Anne Aubineau, directrice régionale Ouest, Entreprise et Découverte

André Durand, président Le Moulin à Papier de Brousses

**11h30 – 12h30**

## **A4 – Vélo assistance électrique : Quel aménagement, quelles offres, quelle demande ?**

### **Atelier « On décrypte » destiné aux institutionnels**

Le vélo électrique offre de nouvelles opportunités pour découvrir les destinations campagnardes par les chemins de traverse. Plus d'efforts insurmontables, mais des kilomètres de chemins à cartographier et à aménager pour développer une offre séduisante qui satisferont aussi de nouveaux adeptes.

- Quelles sont les perspectives envisageables de ce marché touristique
- Quel aménagement prévoir indispensable
- Quelles offres peut-on construire
- Quels risques faut-il anticiper ?

**Animateur** : Véronique Vidal, Experte marketing, Consultante

#### **Intervenants :**

Cécile Chalivoy-Poirier, directrice Office de Tourisme Vallée du Tarn

Elsa Guérin, chargée de mission APN, itinérances, CRT Occitanie

## Pause

**13h30 – 14h30**

**A5 – Le tourisme à vélo : Go go go !**

**Atelier « On explore » destiné a un public mixte**

Le tourisme à vélo n'est que le reflet d'une transformation de notre société vers des comportements plus responsables avec du temps. Il offre un contact privilégié avec l'environnement de la campagne.

- Quelles sont les perspectives du tourisme à vélo ?
- Quelles sont les différentes clientèles identifiées ?
- Quels sont leurs comportements et leurs exigences ?
- Comment se structure la filière Velo aujourd'hui ?

**Animateur** : Arnaud Maes, Consultant en Etourisme

**Intervenant** :

Elodie Pellet, chargée de mission vélotourisme, VTT et randonnée, Vaucluse Provence Attractivité  
Thomas Boutin, Cyrpéo Vélo

**14h30 – 15h**

**A6 – 5 étapes pour tester et optimiser son expérience touristique ?**

**Atelier « Le top des bonnes pratiques » destiné à un public professionnels**

Vous connaissez votre offre touristique, elle génère une expérience que vous pensez qualitative, mais vos clients la perçoivent-ils aussi bénéfique à chaque moment de leur parcours ?

- Quelles sont les 5 étapes pour tester et enrichir votre offre touristique ?

**Animatrice** : Véronique Vidal, Experte marketing, Consultante

**15h – 16h**

## **A7 – Comment et pourquoi coordonner un réseau de prestataires pour de l'itinérance**

### **Atelier « On explore » destiné aux institutionnels**

L'itinérance à pied, à vélo, avec un âne ou toute autre locomotion est un volet important du tourisme à la campagne. Souvent rattachée à une thématique emblématique, historique, religieuse, l'offre touristique itinérante exige une coordination forte des acteurs concernés, des hébergeurs aux prestataires de services.

- Pourquoi s'engager dans le tourisme d'itinérance ?
- Comment animer ses prestataires pour construire une offre d'itinérance ?
- Quels sont les meilleurs exemples à suivre

**Animateur** : Marie-Laure Desmet, South Trend Consulting

### **Intervenants :**

Pierre-Yves le Guen, Chargé des projets et développements La Malle Postale

Catherine Verdier, vice-présidente du réseau des professionnels de la voie verte « Passa Pais »

**16h-16h30**

## **A8 – TOP 10 des actions à mettre en œuvre pour développer la vente en direct**

### **Atelier « Le top des bonnes pratiques » destiné à un public professionnels**

Vendre en direct en évitant les intermédiaires est une opportunité constamment recherchée par les prestataires touristiques. Une manière d'augmenter ses marges en évitant de devenir trop dépendant des gros OTA.

- Quelles sont les actions à mettre en œuvre pour vendre son offre en direct ?

**Animateur** : Thomas Yung, Artiref, Web Marketing Hotelier

**16h30 – 17h**

## **A11 – 10 actions pour améliorer sa relation client**

### **Atelier « Le top des bonnes pratiques » destiné à un public professionnels**

La relation avec le client est fondamentale tout au long de sa consommation touristique. La considérer avec méthode, bon sens et empathie lors des différents types de contact ne peut qu'améliorer sa satisfaction et générer ainsi fidélisation et prescription.

- Quelles sont les 10 actions clés à mettre en œuvre pour une relation client au top ?

**Animatrice** : Véronique Vidal, Experte marketing, Consultante

# Jeudi 03 février

## 9h – 10h30 Conférence plénière

### La Campagne : comment faire d'une adresse une promesse ?

On sait que la Ville nous donne la culture et l'animation, la Montagne la neige et la glisse, la Mer la plage et la baignade. Mais la Campagne, quelle est sa promesse ?

Avec quoi et pour quoi peut-elle faire rêver ?

Le Français est devenu un urbain qui s'est coupé de la nature. Un enfant reconnaît 100 fois plus de logos commerciaux que de plantes de son environnement .

Et si la Campagne faisait de cette reconnexion à la nature sa mission ?

Cela ne se fera pas sans une réinvention de son offre pour coller à l'envie de plaisir et d'expériences.

Quelles sont les pistes concrètes de cette écologie joyeuse qui devra aussi être génératrice de développement pour les territoires ?

Comment chaque acteur peut-il être partie prenante d'une démarche venant renforcer les dynamiques à l'œuvre ?

**Dominique Hummel,**

Consultant Expert Tourisme - Ancien Président du directoire du Futuroscope - Ancien directeur de l'Innovation de la Compagnie des Alpes

## 10h30 – 11h30

### A10 – Hébergeurs : comment générer une expérience originale, différenciante et insolite

#### Atelier « On explore » destiné aux hébergeurs

Les hébergements insolites ont toujours la grosse côte auprès des clientèles sur le marché de l'hébergement touristique. Mais peut-on faire de l'insolite et se différencier avec un hébergement qui ne l'est pas ?

- Peut-on générer une expérience insolite sur n'importe quel hébergement ?
- Sur quels leviers agir pour générer une expérience originale ?
- Quels sont les meilleurs exemples inspirants ?

**Animateur** : Thomas Yung, Artiref, Web Marketing Hotelier

**Intervenant** : Angélique Autef, Oriente ta boussole

**11h30 – 12h30**

**A11 – Concevoir son séjour slowtourisme...transformationnel !**

**Atelier « Témoignages » destiné aux hébergeurs**

Offrir à l'humain l'opportunité de grandir et de se transformer est une quête de développement personnel et d'épanouissement aujourd'hui recherchée. Du Yoga au pèlerinage solitaire, de la retraite spirituelle au séminaire d'éveil, la campagne est-elle la destination idéale pour se recentrer sur soi et se trouver ? Attention, interdit de tricher...

- Quelles sont les cibles réelles
- Quelles offres peut-on concevoir
- Comment les promouvoir
- Quel est le potentiel réel

**Animateur** : Marie-Laure Desmet, South Trend Consulting

**Intervenants** :

Brigitte Durand, co fondatrice du Domaine de l'Ostalas

Nathalie Sautter, directrice adjointe PNRHL

Loïc Sanchez, fondateur En immersion -Rendez-vous en terroir inconnu

**Pause**

**13h30 – 14h30**

**A12 – Comment garantir un tourisme durable : labels, certifications, avis client**

**Atelier « On décrypte » destiné à un public professionnels**

S'il devient de plus en plus un atout touristique, le tourisme durable doit prouver qu'il l'est véritablement. Quels sont les moyens de garantir un tourisme durable sur une destination ou dans un établissement ?

- Peut-on véritablement garantir un tourisme responsable et durable ?
- Quelles sont les différentes solutions envisageables pour cela ?
- Quelles sont les plus efficaces pour rassurer les clients exigeants ?
- Peut-on en faire le moteur de l'animation de ses professionnels ?

**Animateur** : Arnaud Maes, Consultant en Etourisme

**Intervenant** :

Sophie Pirkin, Chargée de mission Tourisme Durable au Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie (CRTLO)

**14h30 – 15h30**

### **A13 – La mobilité à la campagne : enjeu et réalité pour un développement durable**

#### **Atelier « Vision et Tendances » destiné aux institutionnels**

Venir, visiter et repartir : parfois si simple et pourtant si compliqué à la campagne. Le parcours client est complexe, voire contraignant, selon son moyen de transport. Le « sans voiture » est souhaitable, mais est-il jouable ? La mobilité y est un enjeu majeur pour vivre une expérience touristique de qualité.

- Quels sont les réalités et les enjeux des déplacements à la campagne ?
- Sur quels moyens de déplacement peut-on miser ?
- L'expérience du dernier kilomètre est-elle un atout ou un enfer ?
- Le 100% sans voiture est-il jouable ?

Animatrice : Marie-Laure Desmet, South Trend Consulting

Intervenants :

Thierry Blanchard, chargé pôle développement CDT Destination Gers

Marie-Eve Boitel, SNCF – LiO train

Jean Pinard, Directeur Comité Régional Occitanie

**15h30 – 16h**

### **A14 – Réseaux sociaux : Comment s'y investir en 2022**

#### **Atelier « Le top des bonnes pratiques » destiné à un public mixte**

Si les réseaux sociaux sont toujours des vecteurs de communication incontournables, tour d'horizon sur les nouvelles tendances.

- Quelles sont les tendances actuelles et nouvelles fonctionnalités ?
- Des plateformes à préserver, à investir, à fuir ?
- Est-ce bon de jouer sur le business via les réseaux sociaux ?

Animateur : Sébastien Répéto, Fondateur de l'agence My destination

**16h – 17h**

### **A15 – Comment réguler le tourisme de masse à la campagne (la suite)**

#### **Atelier « Vision et Tendances » destiné aux institutionnels**

En cette période de Crise sanitaire, la campagne devient un refuge. Mais la surfréquentation fait peur ! la régulation des flux devient une problématique majeure pour éviter les conflits d'usage et offrir une expérience de qualité à la campagne.

- Le surtourisme à la campagne est-il une réalité ? Va-t-il durer ?
- Peut-on réellement réguler les flux touristiques et avec quels leviers ?
- Comment anticiper la surfréquentation et éviter de dégrader l'expérience locale ?
- Au-delà des sentiers, les villes et les villages sont-ils concernés ?

Animateur : Benoit Dudragne, Consultant tourisme et Etourisme

Intervenant : Sandrine Sauvaire, Département du Tarn