

## PRESENTATION DU PLAN D' ACTIONS ELABORE DANS LE CADRE DU PROGRAMME COSME

---



Au mois de mai 2015, a été publié un appel à projets visant à soutenir la croissance compétitive et durable du secteur du tourisme. Cet appel à projets a été proposé par la Commission européenne dans le cadre du programme COSME pour la compétitivité des entreprises et des PME. Il ne sera pas renouvelé en 2016.

Parmi les trois thèmes proposés, l'un s'intitulait « Diversifier l'offre de tourisme à travers la promotion de produits thématiques du tourisme international ». Nous avons donc décidé d'essayer de monter un dossier de candidature avec les partenaires européens identifiés. Le consortium de partenaires déposant le dossier devait réunir au moins 5 partenaires représentant 4 pays européens, dont 2 entreprises du monde du tourisme (PME).

Le dossier devait démontrer l'intérêt de la thématique choisie pour le développement de produits touristiques européens et présenter un plan d'actions sur un an et demi d'un budget maximal de 300 000€ environ, dont 75% seraient financés par la Commission européenne en cas de sélection du projet.

Nous avons donc commencé à échanger avec les organismes intéressés, à rechercher des partenaires supplémentaires notamment des entreprises du tourisme et à monter le dossier administratif complexe. Les délais très courts (moins d'un mois pour la rédaction du dossier) et les difficultés rencontrées avec certains partenaires n'ont pas permis de finaliser le dossier dans les délais.

Néanmoins, ce travail a permis de nous mettre d'accord sur des objectifs communs, sur un « concept » plus clair et un plan d'actions.

### **Titre du projet proposé : European Riverside Stories**

L'argumentaire du projet est basé sur le discours suivant : les territoires candidats sont porteurs d'un « conquête des loisirs au bord de l'eau » dans un contexte urbain. Cette conquête a pu avoir lieu dans le passé (au début du XXe siècle pour le Val-de-Marne, Prague et Budapest), ou être à l'œuvre aujourd'hui (Cadix et Mérida). La dimension européenne du projet permet de faire exister ce message qui ne serait pas suffisamment lisible s'il était porté à l'échelon local seulement.

L'objectif du projet est de développer une offre et des produits touristiques afin de :

- Diversifier l'offre « classique » des destinations, avec notamment un tourisme durable de nature et de loisirs en complémentarité du tourisme urbain
- Participer à la dessaisonalisation des destinations en proposant des activités au bord de l'eau toute l'année
- Déconcentrer la fréquentation touristique des centres touristiques des villes vers d'autres quartiers
- Valoriser l'ensemble de l'offre : culturelle, patrimoniale, sportive, de loisirs et convivialité
- Créer des conditions favorables au développement de nouvelles offres et participer à la professionnalisation des acteurs

## Plan d'actions

Ce plan d'actions élaboré conjointement est une base de travail pour la suite. Il a été conçu afin de correspondre aux critères stricts de la Commission européenne et sera donc à adapter.

### 1. Etat des lieux et diagnostic des destinations touristiques

*Objectif : Répertorier l'ensemble de l'offre existante, les potentiels de développement, les forces et faiblesses.*

#### Dans chaque destination :

- a. Etat des lieux de la destination : répertorier les offres (activités, événements, hébergement et restauration, etc), le patrimoine, (pas forcément valorisé), les conditions d'accès et les autres services proposés aux touristes, identifier le profil des visiteurs et touristes
- b. Analyse de la destination : déduire de cet état des lieux les points forts et points faibles de la destination pour son développement touristique (SWOT)
- c. Créer un réseau d'acteurs locaux impliqués dans le développement touristique de la destination et les réunir en groupes de travail
- d. Rassembler sous la forme d'un rapport les conclusions des étapes précédentes

#### Mise en commun

- e. Chaque destination propose une synthèse en anglais de son état des lieux afin d'en échanger les conclusions
- f. Réunion européenne durant laquelle chacun présente ses résultats et une feuille de route commune est établie pour la suite

### 2. Développer les compétences des professionnels du tourisme

*Objectif : améliorer l'offre touristique en proposant des outils de professionnalisation aux acteurs locaux.*

- a. Evaluer les besoins en formation des acteurs locaux, notamment concernant la qualité d'accueil, le développement durable, les pratiques commerciales et sur le web. Mais aussi leurs compétences linguistiques pour l'accueil de touristes étrangers
- b. Proposer des sessions de formation ou des outils de formation en ligne
- c. A travers une plateforme en ligne, permettre aux acteurs locaux des différentes destinations d'échanger leurs expériences et pratiques

### 3. Améliorer la structuration et la qualité de l'offre

*Objectif : Mettre en place des outils permettant de proposer aux visiteurs une offre structurée et de qualité.*

- a. Adhésion volontaire des professionnels du tourisme à une charte de qualité commune aux différentes destinations, élaborée ensemble. En parallèle, développement d'un système d'évaluation du respect de cette charte par les visiteurs eux-mêmes via les réseaux sociaux
- b. Elaborer le storytelling commun au projet européen : dans sa présentation de l'offre, chaque destination doit raconter la même histoire mais avec ses propres spécificités
- c. Structuration de l'offre : pour chaque saison de l'année, proposer une offre complète d'activités, de services, etc., pour un séjour touristique. Toutes les informations sont disponibles sur des outils de communication bien identifiés (site web local, document papier, application, etc). La qualité est assurée par l'adoption de la charte

#### **4. Conception et commercialisation de produits touristiques**

*Objectif : Améliorer la commercialisation de l'offre en proposant des séjours packagés tout compris.*

- a. Elaboration d'une stratégie marketing
- b. Elaboration d'un catalogue de séjours packagés dans chaque destination : à partir de l'offre identifiée lors de l'étape précédente, négociation de tarifs et signature de conventions avec les acteurs locaux dont l'offre est intégrée aux packages
- c. Participer à des événements de promotion (salons, etc.) de façon individuelle ou conjointe
- d. Organisation d'éductours pour les agences de voyage, tour-opérateurs et influenceurs intéressés par la commercialisation des produits

#### **5. Animation du réseau des partenaires**

*Objectif : animer le réseau des partenaires du projet au niveau local comme européen. Susciter des coopérations, notamment entre acteurs publics et privés. Poursuivre la démarche en vue de demander la certification du projet et de ses destinations en tant qu'itinéraire culturel du Conseil de l'Europe.*

- a. Mise en place de comités de pilotage dans chaque destination, réunissant tous les décideurs publics
- b. Mise en place d'un « Club des professionnels » dans chaque destination
- c. Mise en place d'un comité scientifique européen et organisation d'un colloque international
- d. Mise en place d'outils d'information et d'échange au sein du réseau : site web, newsletter
- e. Participer aux événements proposés aux Itinéraires culturels candidats à la certification (Forum annuel et Université d'été)
- f. Rechercher des mécènes ou sponsors pour le projet

#### **6. Etablir et mettre en œuvre une stratégie de communication, tant au niveau local qu'europpéen**

*Objectif : Assurer la visibilité au niveau européen du projet et de ses destinations, de l'offre proposée aux visiteurs et des séjours packagés.*

- a. Elaborer une stratégie et un plan de communication
- b. Elaborer une identité visuelle basée sur une charte et un logo commun
- c. Mise en place d'outils de communication : site web, newsletter, relations presse et conférences de presse, présence sur les réseaux-sociaux, éditions, etc