

Avec les soutiens
DU GAL DES PAYS VIGNERONS AU COEUR DE L'AUDE PAYS CATHARE



LES PRODUITS TOURISTIQUES

Ce document a pour objectif de détailler les produits suggérés et de proposer la méthodologie de mise en œuvre de produits touristiques thématiques déclinés par saison.

La priorité sera donnée à l'élaboration de produits pour le lancement de la COLLECTION PRINTEMPS/ETE 2013 GRUISSAN.



Le lancement de la nouvelle gamme d'outils de communication sera l'occasion d'organiser un grand show en partenariat avec les prestataires et commerçants locaux, associant un défilé de mode sur fond de paysages emblématiques de Gruissan projetés sur écran géant, avec en parallèle et en alternance, la présentation de la collection des offres touristiques imaginées par saisons et les outils de promotion et de marketing associés : *Guide pratique, Dossier de presse, Posters, Cartes postales, Agendas, Livre collection, Coffrets séjours...*

DEFINITIONS

Définition d'un produit touristique (Article 2 de la loi du 13 juillet 1992) : Un produit touristique correspond à une prestation qui combine au moins 2 opérations portant sur le transport, le logement ou autres services touristiques non accessoires au transport ou au logement et représentant une part significative dans le forfait, dépassant les 24H ou incluant 1 nuitée, vendue ou offerte à la vente à 1 prix tout compris.

Attraction touristique: tout lieu aménagé de façon permanente par une personne morale, à but lucratif ou non, qui offre la possibilité, à tout public et sans réservation préalable, de bénéficier d'une ou plusieurs activité(s) récréative(s). Sont exclues, les activités exclusivement sportives ainsi que les activités accessoires proposées par une entreprise soit industrielle, soit commerciale dont l'objet principal n'est pas le tourisme.

Activité: lieu offrant une simple location de matériel, les paysages, les villes, les sites librement accessibles et les lieux destinés à la pratique sportive pure.

Événement : l'événement peut combiner des caractéristiques des deux définitions précédentes mais avec pour principale différence son caractère temporaire.

LE POSITIONNEMENT DES PRODUITS TOURISTIQUES (EXEMPLES)

	NAUTIQUE	NATURE	CULTURE	SAVEURS
ATTRACTIONS	<p>Balnéo</p>	<p>LPO</p>	<p>Salins</p> <p>Château de Gruissan</p> <p>Châteaux Cathares</p> <p>Pech des Moulins</p>	<p>Odysée Olivier</p> <p>Atelier cuisine</p> <p>Le Bouïs</p>
ACTIVITES	<p>Bateau sur la Robine</p> <p>Pôle Nautique</p>	<p>Balades photos</p> <p>La Clape</p> <p>Plage des chalets</p> <p>Sentiers rando</p> <p>WE Evasion</p>	<p>Land'Art</p> <p>Visites gyropode</p>	<p>La cave</p> <p>Perle Gruissannaise</p>
EVENEMENTS	<p>Défi Wind</p>	<p>WE Evasion</p>	<p>Rencontres BD</p> <p>Festéjades</p> <p>Fête Vendanges</p>	

*Produits entourés en traits pleins : produits déjà existants

*Produits entourés en traits discontinus : produits à développer

*Fond bleu : produits sur l'itinéraire de Gruissan



FICHE PRODUIT TOURISTIQUE

TITRE	Titre court et accrocheur
Sous titre	1 ligne pour renforcer la thématique
Texte introduction	Résumé en 2 lignes
Texte descriptif	Description courte et générale permettant de dégager en quelques mots les atouts de l'offre.
Temps forts	Descriptif des points forts de l'offre (la balade dans les vignes, le petit déjeuner, la dégustation...) et des prestations proposées.
Type d'offre	Balade / randonnée / service / billetterie / visite / dégustation / cours / atelier / stage...
Classement	Voies bleues / Espaces naturels / Patrimoine & Culture / Art de vivre & Saveurs / Destination
Conditions	Gratuit / Payant
Tarifs	Descriptif tarif +: prix normal / tarif privilège (clientèles cibles) / bon plan
Clientèles ciblées	Groupes / Familles / Kids / Duo / Plaisanciers
Disponibilités	Calendrier et/ou texte
Offres saisons	Printemps / Été / Automne / Hiver
Infos pratiques	Point de départ et d'arrivée / Point de RDV / Horaires / PK / Chiens admis...
Services+	Location matériel inclus (exemple vélo) et disponible sur lieu d'hébergement / livraison (exemple paniers gourmands capitainerie)....
Recommandations	Conseils sécurité / Âge minimum requis / Autorisations spécifiques
Conseils environnement	Feux de forêt, gestion des déchets...
Conditions de vente	Nombre minimum de participants / politique d'annulation / contraintes météo...
Labels associés	Labels ou marques sur lesquels le prestataire est référencé. Exemple label Handicap
Supports médias	Photos, vidéos, Podcasts audio... (formats minimum exigés)
Recommandations du prestataire	Suggestions du prestataire, Les petits bonheurs de la destination, ce qu'aime le prestataire sur la destination... (élargir à 1 heure de voiture)

POINTS COMPLEMENTAIRES A ABORDER	CONTENU
PARTENAIRES ASSOCIES	Avec quel prestataire l'offre peut-elle être construite ?
EVENEMENTIELS	Quels sont le ou les évènements supports de l'offre
TEXTE SEDUCTION	Texte communication
POLITIQUE OFFRES/PRIX	Proposer des offres attractives et différenciées pour un prix adapté Exemple : proposer l'offre Rando équestre /journée pique nique plutôt que le cours d'équitation ou l'heure de balade.

STRATEGIE MARKETING TOURISTIQUE



Partenariat public / privé associant la commune et les acteurs du territoire pour une mise en réseau efficace de l'offre touristique et la mutualisation des moyens et des énergies au service de la valorisation des produits locaux et l'organisation opérationnelle des circuits courts à forte valeur ajoutée.

Elaboration d'une stratégie marketing basée sur le co-branding adaptée à l'offre touristique interfilières et à la diversité des partenaires.

METHODOLOGIE DE MISE EN OEUVRE

Mise en place de conventions de partenariats et d'objectifs pour la formalisation de la stratégie marketing produit : niveau qualitatif, politique de prix, modalités de promotion, de commercialisation pour l'ensemble des actions.

Expérimentation de la stratégie auprès d'un panel de prestataires volontaires sélectionnés par l'Office de Tourisme et déjà engagés dans le programme Odyssea.

Sélection des produits et des offres originales qui seront proposées par saisons en coordination avec les diffuseurs : l'agence Sud de France chargée du suivi et de la commercialisation (produits packagés / billetterie), les sites de vente en ligne des partenaires (offres hébergements), web commerçants (offres mixtes)...

PHASE OPERATIONNELLE

Un accès direct à la base de données sera réservé aux prestataires pilotes pour la gestion des contenus spécifiques aux produits par saisons (tarifs, offres spéciales, promotions...) : mise à jour en temps réel, accès multi-utilisateurs, permettant un paramétrage des offres, des prix et dispos en quelques clics.

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

DATES INDISPONIBLES

Du: select

Au: select

Janvier 2013

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

← + → ➡

Soumettre

DATES D'OUVERTURE

Du: jour -- mois --

Au: jour -- mois --

Du: jour -- mois --

Au: jour -- mois --

Soumettre

RÉSERVATIONS EN LIGNE

Nom du site (facultatif):

Adresse du site:

Ajouter Site de Reservations

TARIFS

Description (facultatif):

Ajouter Tarifs

Affectation d'un login et mot de passe à chaque prestataire pilote

F O N C T I O N N A L I T E S O U V E R T E S A U X P R E S T A T A I R E S :

- Descriptif des offres par saisons avec la possibilité d'intégrer plusieurs offres (exemple : Atelier dégustation / Hébergement + balnéo / Hébergement + location vélo / Hébergement + visite...)
- Affichage des Tarifs pour les prestations proposées.
- Possibilité de promotions (bons plans) ou d'offres privilège (cibles clientèles spécifiques).
- Choix des dates et horaires de disponibilités des offres.
- Insertion de recommandations des activités à faire, des sites à voir, des bonnes tables à savourer... les recommandations du prestataire!
- Insertion de photos, podcast...
- Vente en ligne auprès d'opérateurs multiples : outil de vente en ligne du prestataire, agence Sud de France, web commerçants...
- Affichage des offres sur son environnement numérique et celui des partenaires (prestataires touristiques associés, Office de Tourisme, ADT, partenaires institutionnels) afin de démultiplier la visibilité des offres.
- Insertion des offres par saison sur la newsletter en ligne au fur et à mesure de leur création.
- Affichage sur les sites institutionnels : CDT, Région LR...

L E S O F F R E S M A R K E T I N G

- Les coffrets cadeaux: diffusion via le web commerçant et l'agence Sudfrance
- Les produits touristiques : diffusion via les sites des prestataires (hébergeurs...) et l'agence Sudfrance
- La billetterie et les services : diffusion via l'agence Sudfrance et autres web marchands
- Les produits du terroir et paniers gourmands : via les boutiques des producteurs et SLR

L E S O F F R E S + D E L A D E S T I N A T I O N G R U I S S A N :

L'agence Sudfrance dispose de l'outil billetterie permettant d'accéder à la vente en ligne de tout ce qui constitue du stock (billets, vélos, activités...). Elle peut intégrer à son module tous les prestataires qui le souhaitent.

Principe de validation simple : Emission d'un voucher en ligne via l'agence avec possibilité d'impression et/ou téléchargement avec N° Client. Renvoi réservation automatique par mail au prestataire pour contrôle.

OBJECTIF à court terme :

Présentation de la stratégie aux prestataires (garanties, politique de prix, supports de diffusion...)

Le mode d'utilisation de la Base de données pour insertion des contenus des offres.

Sélection d'un panel d'offres à mettre en ligne.

Convention entre les prestataires et le distributeur (Sudfrance.fr).

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION :

- Dossier de presse et lancement de la collection Printemps/été 2014 : les interviews en Podcasts de prestataires, la gamme des offres, les outils de communication...
- Le web : accès depuis le site de l'OT, les sites partenaires (OT des Hautes Corbières, ADT de l'Aude, Région LR...), les sites des prestataires pilotes (hébergeurs, vigneron, sites touristiques...).
- Les newsletters : envoi automatisé des offres ciblées et des bons plans mis à jour avec une périodicité mensuelle ou bi-mensuelle.
- Les éditions papier : flyers de présentation, affiches, PLV, guides....

LES PUBLICS CIBLES :

- Les plaisanciers : Offres Privilège et coffrets Terroir
- Les habitants de la zone : Offres⁺ et coffrets cadeaux
- Les vacanciers : Bons plans, Offres+ et coffrets Terroir

L'ORGANISATION PRATIQUE :

MISSIONS	PORTAGE DE L'ACTION	PARTENAIRES	PLANNING
Présentation de la stratégie et des principes généraux de mise en œuvre.	FCT/OT		Semaine 5
Création de la BDD /Offres touristiques	Geodysea		Semaine 5
Rédaction des conventions	FCT		Semaine 5
Validation des conventions de partenariats (OT/Sudfrance /Prestataires)			Semaine 6
Sélection des prestataires et des modes de diffusion			Semaine 6
Présentation des principes et des modes de fonctionnement aux prestataires pilotes	FCT /OT	Prestataires	Semaine 5/6
Validation des politiques tarifaires : quelles offres, à quel prix, vendues par qui... Quels avantages pour le consommateur (billets coupe files ? Services+ ?...)	FCT	Prestataires	Semaine 6 à 8
Rencontres individualisées	FCT		Semaines 6 à 8
Remise des codes d'accès à la BDD aux prestataires pilotes	Geodysea		Semaines 6 à 8
Formation des prestataires à l'utilisation de la BDD	FCT		Semaines 8 à 9
Réalisation des podcats / vidéos / interviews	FCT	Vignerons / hébergeurs / personnes ressources	Semaines 8 à 12
Intégration des offres sur les pages web/ mini sites des partenaires	Prestataires	Vignerons / hébergeurs / prestataires loisirs	Semaines 8 à 12
Intégration des offres sur les sites marchands	FCT		Semaines 12 à 14
Mise en ligne des offres (premières vacances printemps).	FCT / OT / Diffuseurs		Semaine 15

QUELQUES EXEMPLES D'OFFRES OENOTOURISTIQUES :

OFFRES	PRESTATAIRES	PRODUITS	K	F	A	P
Dégustation	Vin Marin	Soirée dégustation			X	X
Dégustation	Cave Coopérative	Dégustation VIP			X	X
Découverte Oeno	Château le Bouïs	Soirée Vin & Musique			X	X
Dégustation	Domaine de l'île St Martin	Dégustation découverte			X	X
Dégustation	Château Bel Evêque	Dégustation signature			X	X
Balades vigneronnes	OT Gruissan	Balades et petits déjeuners vigneronnes		X	X	X
Dégustation	Parc ostréicole	Dégustation huitres et vin de Gruissan		X	X	X
Safran				X	X	X
Panier Saveurs	SLR	Panier gourmand de Gruissan		X	X	X
Huile d'olive	Oulibo	L'Odyssée de l'Olivier	X	X	X	X
Miel	Miellerie des Cluses	Visite la miellerie	X	X	X	X
Balades vigneronnes	OT Hautes Corbières	Balades et petits déjeuners vigneronnes		X	X	

K: Kids / F: Famille / A: Adultes / P: Plaisanciers

LES PARTENAIRES :

A EQUIPER :

Les vigneronnes de Gruissan

Les hébergeurs (à valider) : Hôtel le Phoebus / Hôtel Port Beach / Hôtel du Port / Hôtel Accueil de la Plage / Hôtel le Floride / Village de Vacances CEVEO / Camping LVL Les Ayguades

A SOLLICITER POUR DES OFFRES QUALIFIEES

Les prestataires (hors vigneronnes) : Parc Ostréicole, Balnéo, loueurs vélos, SLR, Oulibo...

Les prestataires hors Gruissan : Oulibo, Miellerie des Cluses, OT Hautes Corbières, château Quéribus, Termes, Peyrepertuse, Villeroque Terménès, Abbaye de Lagrasse, Vigneronnes de Talairan...