

# De l'observation des territoires à l'emploi

Séminaire  
Emploi – Formation  
7 décembre 2016



**AUVERGNE**  
NOUVEAU MONDE  
[TOURISME]



# Sommaire

## Comité Régional du tourisme d'Auvergne et filière sports de nature

- Rôle du CRDTA dans la construction de l'offre sports de nature

## Moyens utilisés

- Quelles sont les sources de données touristiques observées, exploitées
- Enquête éducateurs sports de nature les enseignements pour le secteur du tourisme

## Définition de la stratégie

- L'accompagnement des territoires pour développer l'économie touristique des sports de nature/ l'emploi
- Accompagnement des territoires : Stations de pleine nature
- Accompagnement des professionnels : Qualité tourisme

## Outils développés

- Définition des outils mis en place pour atteindre les objectifs économiques

# Les sports de nature dans l'offre touristique Auvergnate

# Une des thématiques prioritaires

## Fréquentation estivale 2016 Auvergne Rhône Alpes :

- 1- Promenade, balade : 30%
- 2 - Pratique de la randonnée pédestre : 21%
- 10 - Pratique de vélo/ VTT : 5%

**Sports de nature été/ hiver = 50%** du budget promotion spécifique « thématiques » marché français

**Thématique très mise en scène dans les campagnes France et étranger : 11 films thématiques (les Pépites du nouveau monde) fait en 2016 (21 au total)**

Organisation de la 3<sup>ème</sup> édition du **workshop spécialisé** à Clermont-Ferrand GreenFrance le 17/10/16



# Les données économiques observées et suivies

# Au niveau régional

Enquêtes clientèles spécifiques via les professionnels : été 2013 et hiver 2014  
 Enquête retombées économiques des manifestations sportives de nature

## Clientèle :

- Suivi de clientèle régulier via l'outil ACT avec évaluation du poids des sports de nature
- Achat enquête TNS sofores une fois par an avec profil clients et activité pratiquée au cours du séjour

## Fréquentation :

- Enquête de conjoncture 7 vagues commandées au fur et à mesure de l'année
- Actiscope



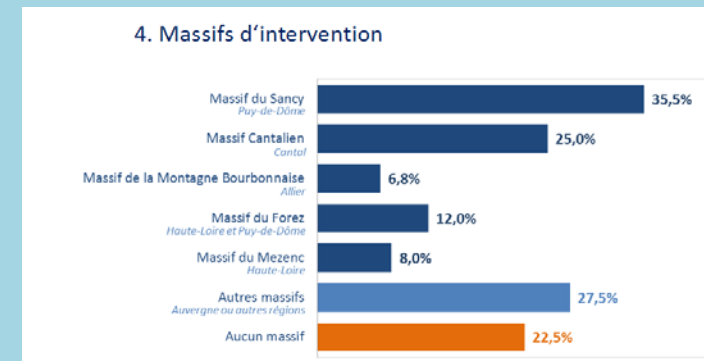
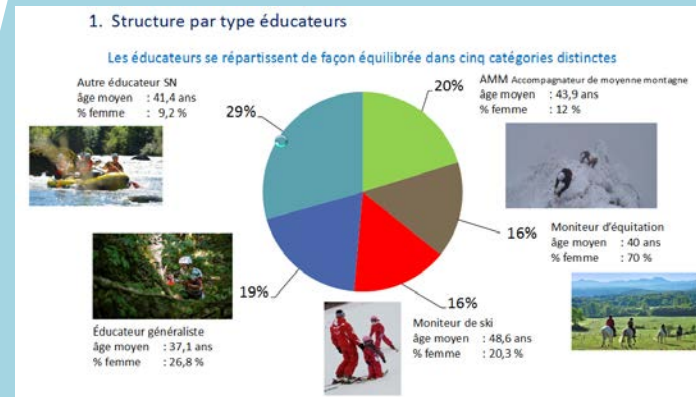
# Enquête éducateurs Auvergne les enseignements pour le tourisme

Des éléments sur la « structure sports nature » de la région tels que la typologie des éducateurs ou encore leur lieux d'intervention

Données chiffrées sur l'économie en région : la part des sports de nature dans le revenu des éducateurs est supérieur au national

Part du tourisme dans les type de publics encadrés (79%)

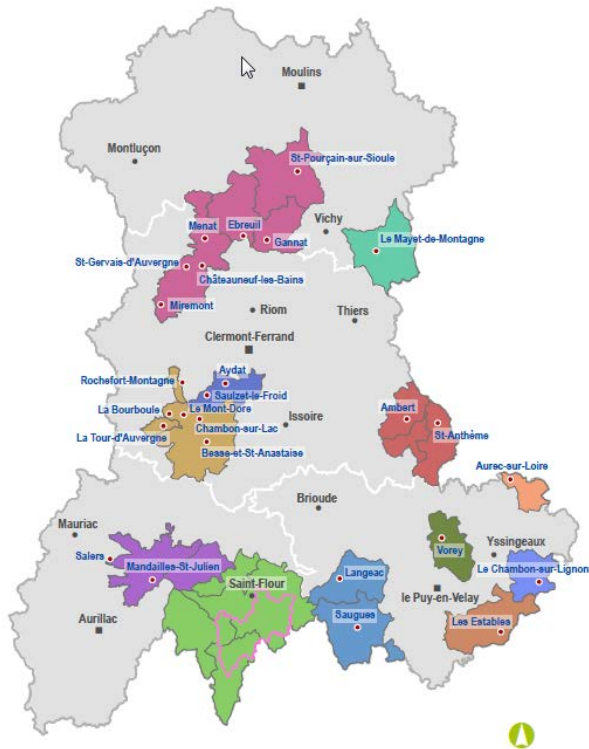
Préconisation sur la formation, les activités à développer, les lieux d'installation à privilégier (Haute-Loire, Cantal)



# Les outils déployés pour développer l'économie et l'emploi



# Accompagnement des territoires d'excellence

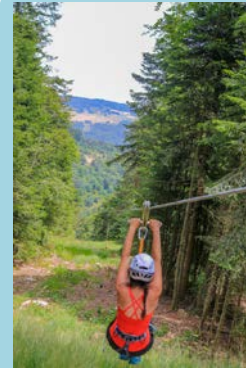
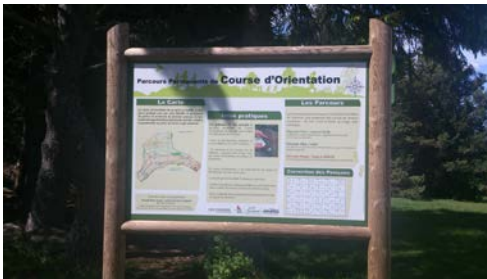


- Mise en place d'une stratégie touristique sur chacun des territoires en lien avec les données économiques
- Création d'un réseau local d'acteurs publics et privés au services des sports de nature

# Soutien aux 11 territoires stations de pleine nature

Subventionnement exclusifs sur ces territoires pour les aménagements touristiques dédiés

Accompagnement technique : observation, formation, promotion....



# “Qualité tourisme”

- Accompagner les professionnels dans une démarche de progrès relative à leur activité touristique
- Mise en place de démarche de progrès individuelle



  
 République Française  
 Le Gouvernement

  
 QUALITÉ  
 TOURISME

**LE PLAN  
 QUALITÉ  
 TOURISME**

**Qualité Tourisme™**  
 Un accueil et des prestations  
 de qualité garantis par l'Etat

  
 DGE  
 DIRECTION GÉNÉRALE  
 DES ENTREPRISES

# Mise en place de formations spécifiques

- Plan de formation annuel dédié au secteur du tourisme
- Formation en langues, communication, gestion, mise en place observatoire...
- Formation spécifique au bénéfice des territoires



**TRAJECTOIRES**  
Tourisme  
PÔLE PROFESSIONNALISATION  
AUVERGNE RHÔNE ALPES

FORMATIONS | 2016

TRAJECTOIRES  
TOURISME

une offre complète de formations  
spécifique au secteur du tourisme  
pour le développement  
des professionnels du territoire

www.trajectoires-tourisme.com

FORMATION / TOURISME / OFFICE DE TOURISME / COMMUNICATION / MARKETING

**COFFRE FORT - FISCALITÉ - JURIDIQUE**

**Structurer juridique de l'Office de Tourisme et relations avec le Collectif des élus locaux**

**Objectifs :**  
- Connaître les différentes formes juridiques de l'Office de Tourisme  
- Identifier les avantages et inconvénients de chaque forme juridique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Réguler la fusion ou le regroupement des Offices de Tourisme de son territoire**

**Objectifs :**  
- Connaître les différentes formes juridiques de l'Office de Tourisme  
- Identifier les avantages et inconvénients de chaque forme juridique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Ohignin et Responsables des Offices de Tourisme**

**Objectifs :**  
- Connaître les différentes formes juridiques de l'Office de Tourisme  
- Identifier les avantages et inconvénients de chaque forme juridique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**COFFRE FORT - COMMUNICATION**

**Maîtriser le cadre juridique de la communication touristique**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Stratégie argumentaire commercial**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la clientèle "Scobier"**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

FORMATION / MARKETING / COMMUNICATION / MARKETING

**Développer l'activité touristique**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la stratégie web**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la clientèle "Scobier"**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la clientèle "Scobier"**

**Marketing opérationnel et mise en place de l'observatoire**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la stratégie web**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la clientèle "Scobier"**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la clientèle "Scobier"**

**Marketing opérationnel et mise en place de l'observatoire**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la stratégie web**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la clientèle "Scobier"**

**Objectifs :**  
- Identifier les différents aspects juridiques de la communication touristique  
- Choisir la forme juridique la plus adaptée à la situation  
**Public :** Responsables des Offices de Tourisme  
**Date :** du 09/11/16 au 09/12/16  
**Durée :** 10h (10h00-12h00)

**Développer la clientèle "Scobier"**