



Tourisme et climat

Comment s'engager pour sa destination ?



les·instant·t

CONFERENCE

Tourisme et climat comment s'engager pour sa destination ?

Caroline Le Roy

Doctorante et chargée d'accompagnement des destinations

Betterfly Tourism

Emrick Herbaut

Directeur adjoint

Office de tourisme Île d'Oléron et du bassin de Marennes



DES VULNÉRABILITÉS À L'AGILITÉ TERRITORIALE

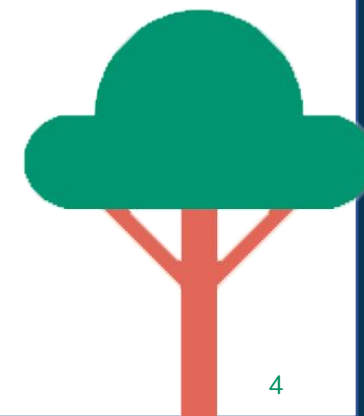
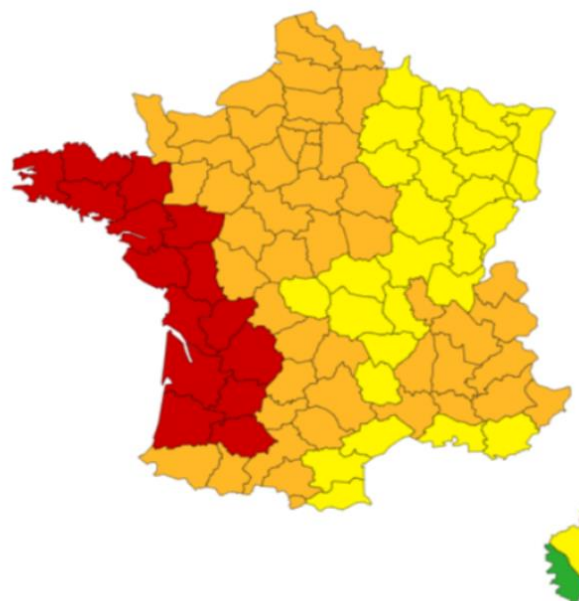
les·instants·t

REVUE DE PRESSE

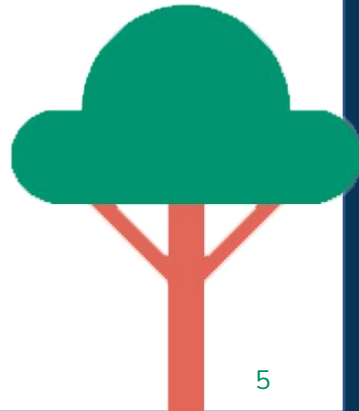
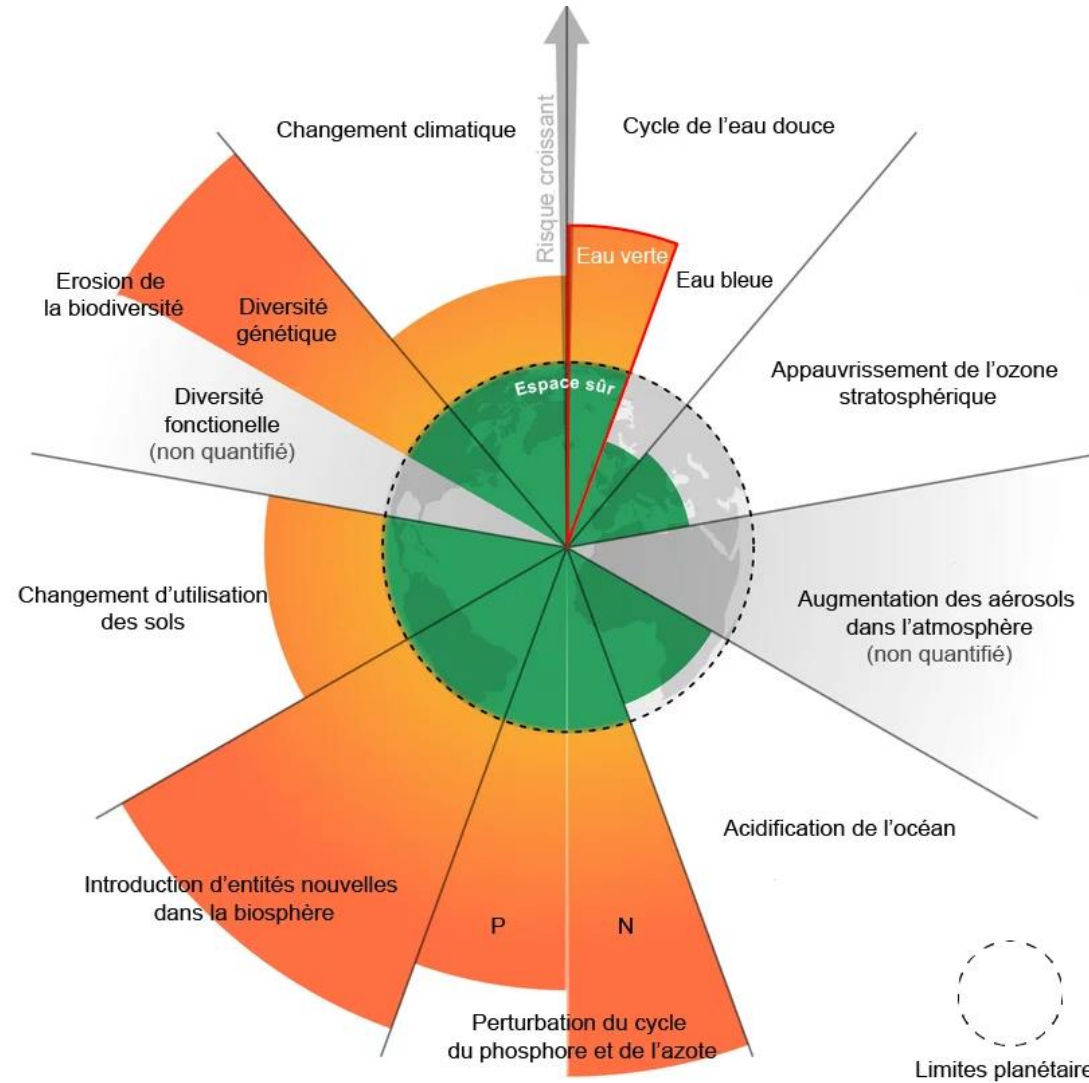


Vigilance météorologique

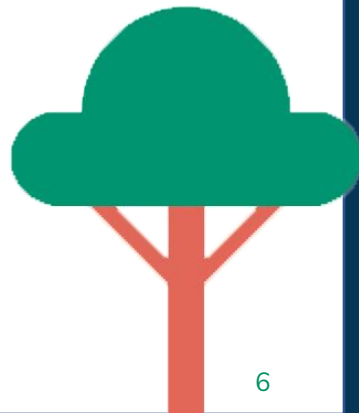
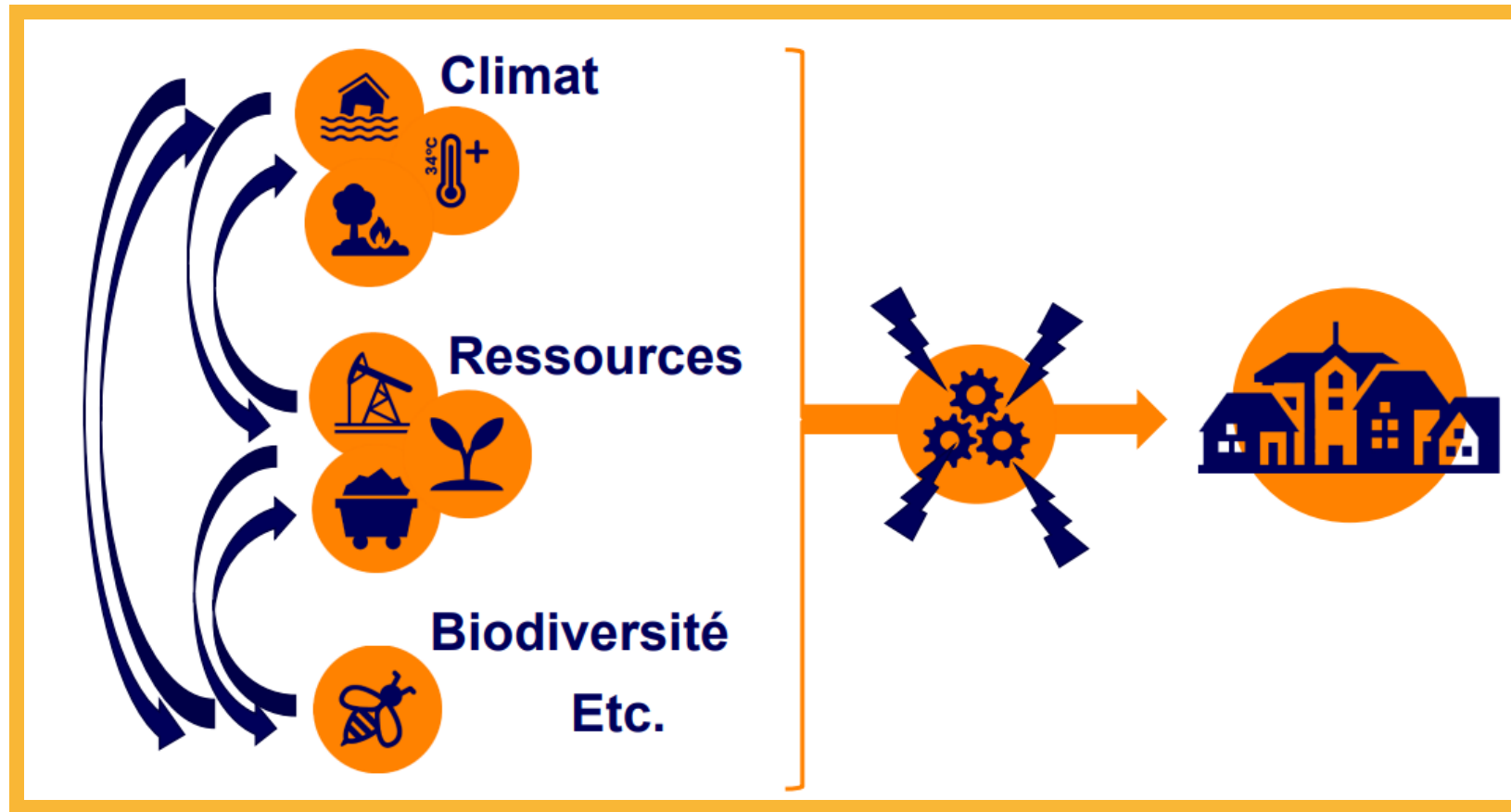
publiée le 18 juillet 2022 à 06h00 (heure locale)
valable jusqu'au 19 juillet 2022 à 06h00 (heure locale)



CRISE PAS QUE CLIMATIQUE



VULNERABILITES ET RESILIENCE



VULNERABILITES TOURISTIQUES

Villes & Métropoles

- ✓ Pollution et nuisances : air, olfactives, lumineuses, sonores
- ✓ Surtourisme et antitourisme : gentrification, accès au logement, qualité de vie des habitants
- ✓ Évènements météorologiques extrêmes : sécheresse, vent, inondation

Littoraux & Outre-Mer

- ✓ Augmentation du niveau de la mer et érosion du littoral
- ✓ Vague chaleur marine et conséquences sur la biodiversité marine

Montagnes & Campagnes

- ✓ Sécheresse et pénurie d'eau
- ✓ Déforestation et risque incendie
- ✓ Baisse du taux d'enneigement

Changement
climatique

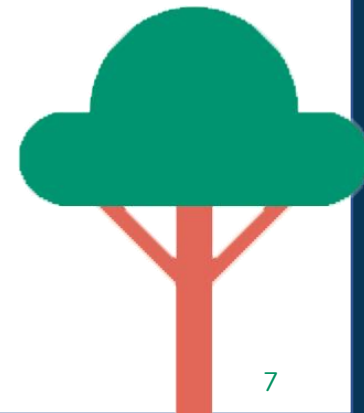
Aléas
(événements
locaux)

Fragilité
milieux
naturels

Enjeux socio-
économiques
territoriaux

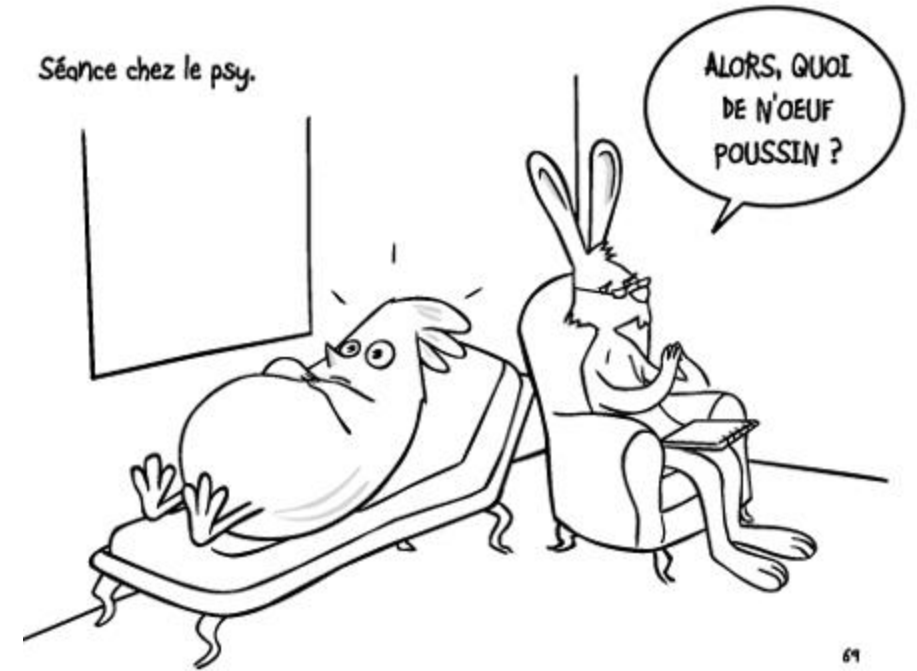
Risques en
cascade

Vulnérabilités
sectorielles /
territoriales

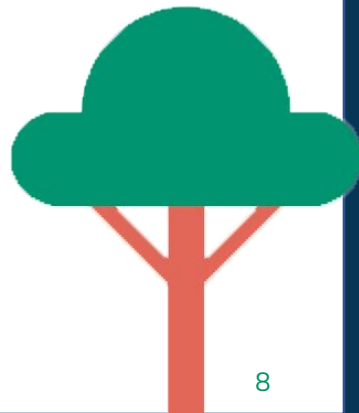


CONFLITS D'USAGE POUR LE TOURISME ?

- **Impacts environnementaux** : ressource, pollution, dégradation des milieux, ...
- **Impacts sociaux** : gentrification, tourismophobie, ...
- **Impacts économiques** : satisfaction / confort visiteurs, dégradation infrastructures, ...
- Etc...



Et toi Emrick,
tu l'as vécu comment ?





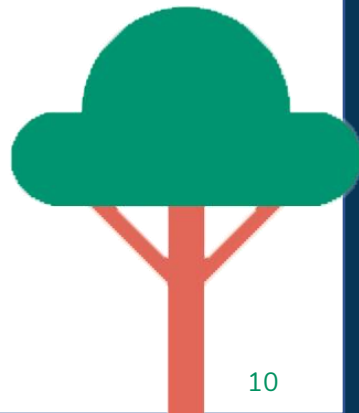
COMMUNICATION DE CRISE : PRÉVENIR POUR NE PAS SUBIR

les·instants·t

QUEL RÔLE POUR MON OT ?

RAPPEL DES MISSIONS RÉGALIENNES DES OT (code du tourisme L.133.3)

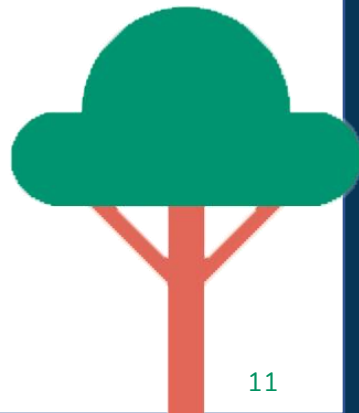
« L'office de tourisme assure l'accueil et **l'information des touristes** ainsi que la promotion touristique de la commune ou du groupement de communes, en coordination avec le comité départemental et le comité régional du tourisme. Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local »



QUEL RÔLE POUR MON OT ?

LA COMMUNICATION DE CRISE correspond

« aux différents moyens de communications mis en place par une organisation dans une situation problématique. La communication de crise fait ainsi partie de la gestion de crise et vise également à limiter les effets des difficultés au plus strict minimum »



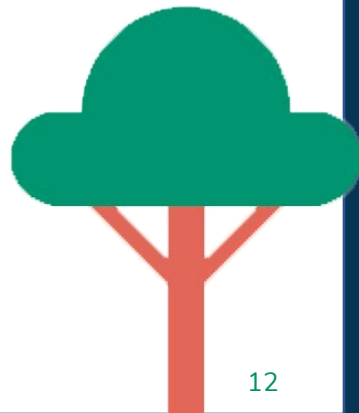
OÙ CHERCHER L'INFO ?

EN LOCAL

- Services de l'Etat : préfecture, police / gendarmerie
- Communes, réseaux sociaux municipaux (dont ceux du Maire)
- Organismes spécialisés : pompiers, ONF, ...

VEILLE

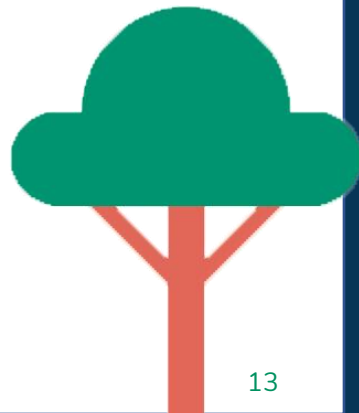
- Météo France – vigilance (crue, inondation, submersion, canicule, verglas, orage, vent)
- Prévention des risques – gouvernement.fr (rappel réglementations)
- Géorisques.gouv.fr (code postal : information, préparation / protection, accompagnement)
- VigiCrues +APIC (avertissement pluies intenses à l'échelle des communes) : alerte SMS
- Propluvia (arrêtés restrictions d'eau) / Eau France (situation hydrologique)



COMMENT S'Y PRENDRE ?

LIGNES DIRECTRICES POUR UNE COMMUNICATION DE CRISE

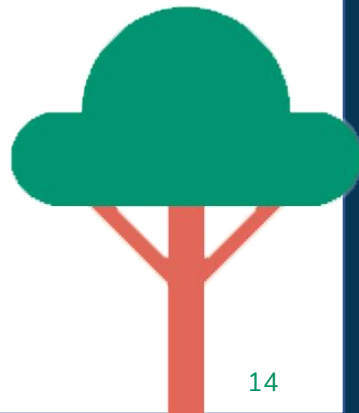
- Envoyer de notifications d'urgence (+ groupe de gestion de crise)
- Informer en continu sur la situation
- Respecter le devoir de vigilance (salariés et pros)
- Assurer la sécurité et l'efficacité des communications de crise
- Rationaliser le processus (procédures type Qualité tourisme)



COMMENT S'Y PRENDRE ?

QU'EST-CE QU'ON FAIT ?

- Anticiper (cellule de crise, veille, ...) ;
- Être réactif durant la crise (notamment sur les commentaires sur les réseaux sociaux) : évaluer la situation et expliquer les faits ;
- Attendre la fin de la crise et continuer la diffusion d'informations





J'éco-positive

DANS LES LANDES DE GASCogne

JE PROTÈGE MES SALARIÉS, MES CLIENTS ET L'ENVIRONNEMENT



Liberté - Sérénité - Convivialité

Liberté

LES LANDES DE GASCogne C'EST LA NATURE, LA FORÊT ET LES GRANDS ESPACES. UN TERRITOIRE AUTHENTIQUE QUI N'ATTEND QUE VOUS.

DU CŒUR DU BASSIN D'ARCACHON, LE LONG DE LA RIVIÈRE SAUVAGE DE LA LEYRE, DES VIGNOBLES DE SAUTERNES, DES PÉPITES ARCHITECTURALES DE BAZAS, DES PAYSAGES D'ARMAGNAC ET DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES LANDES DE GASCogne.

Sérénité

POUR UN SÉJOUR INTIMISTE SANS RISQUE ET BIEN MÉRITÉ.

UNE PARENTHÈSE QUI VOUS FERA DU BIEN. VENEZ PRENDRE UN BOL D'AIR SAIN ET VOUS DÉTENDRE HORS DE SENTIERS BATTUS ET DU TOURISME DE MASSE. PRENEZ LE TEMPS DU PLAISIR DOUX DANS UN ENDROIT TRANQUILLE ET PROPRE. LA SÉCURITÉ ET LA SANTÉ SERONT AU CENTRE DES PRESTATIONS QUI VOUS SERONT PROPOSÉES. LA DÉTENTE ET LE "SLOW" VOUS ATTENDENT DÉJÀ.

Convivialité

UN ACCUEIL CHALEUREUX, BIENVEILLANT ET PERSONNALISÉ.

L'HUMAIN AU CŒUR DE VOS VACANCES. VENEZ À LA RENCONTRE D'ACTEURS DU TOURISME ENGAGÉS, GÉNÉREUX, OUVERTS AUX AUTRES ET SENSIBLES AU MONDE QUI LES ENTOURE. L'ENTRAIDE ET LA SOLIDARITÉ. L'ÉCHANGE FONT PARTIE DE LEUR ADN. PARTAGE DE BONS PLANS ET PÉPITES LOCALES SERONT AU RENDEZ-VOUS.

RASSURER SANS EFFRAYER



PRÉVENTION DES INCENDIES :

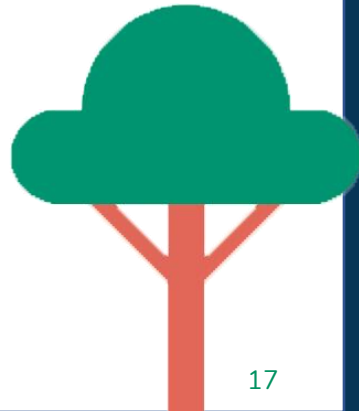
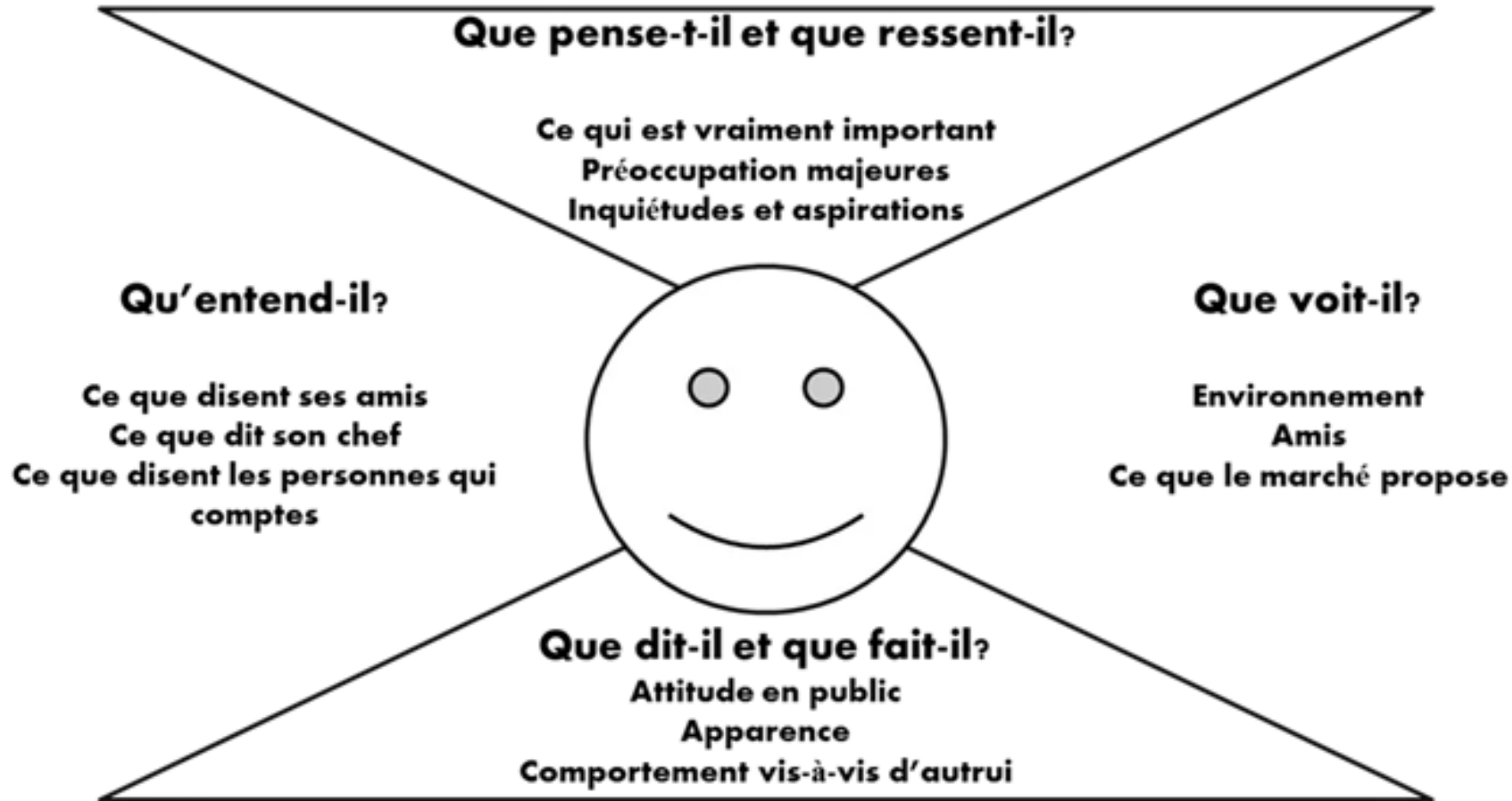
-  - ne fumez pas en forêt, dans les bois, ni à proximité. Ne jetez pas de mégots par la vitre de la voiture
-  - n'allumez pas de feu (à moins de 200 mètres de la forêt), même si vous pensez avoir pris toutes les précautions
-  - ne faites pas de barbecue en forêt
-  - campez uniquement dans les lieux autorisés, sécurisés et protégés
-  - n'utilisez votre véhicule que sur les chemins autorisés
-  - respectez les interdictions d'accès dans certains massifs boisés en période de risques (vent, sécheresse...)

ADAPTATION DU MARKETING DE SERVICES : COMMENT ACCOMPAGNER MES PROS ?



les·instant·t

QUE VEULENT MES PROS ?



QUE VEULENT MES PROS ?

ASPIRATIONS

Force intérieure, tendance profonde qui pousse quelqu'un vers un idéal ou une meilleure situation, désir, souhait

- Ce que mon client aimerait faire et dans quel contexte ?
- L'image qu'il souhaite acquérir
- Dans quel état d'esprit souhaite-t-il être ?
- La posture qu'il souhaite avoir ?

PROBLÈMES

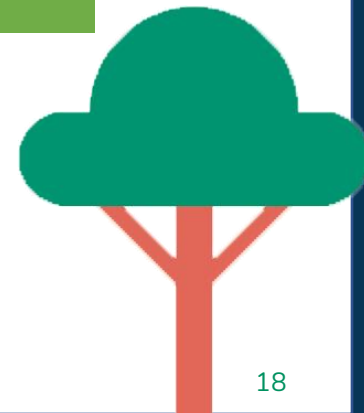
Question à résoudre dans un domaine quelconque, qui se présente avec un certain nombre de difficultés, d'obstacles

- Quelles difficultés ou conséquences négatives subit mon client ?
- Qu'est-ce qui indispose mon client ?
- Quels sont les défis de mon client ?

BENEFICES

Tout avantage produit par quelque chose (état ou action)

- Qu'est-ce qui rendrait heureux mon client ?
- Qu'est-ce qui faciliterait sa vie ?
- De quoi rêve-t-il ?



QUE VEULENT MES PROS ?



IMPORTANTES

La non-satisfaction de l'aspiration se traduit-elle par des problèmes aigus ou le fait-il passer à côté de bénéfices essentiels ?



TANGIBLES

Les problèmes ou bénéfices attendus sont-ils fréquents, réels, forts...?



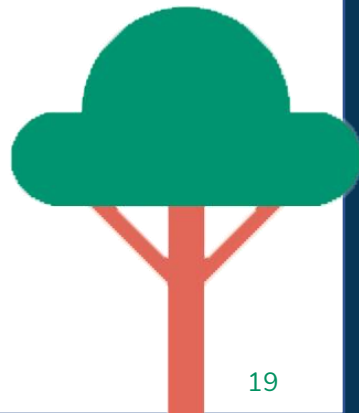
INSATISFAITS

Les bénéfices et problèmes liés à une aspiration sont-ils non-résolus ? Y a-t-il des bénéfices latents ?

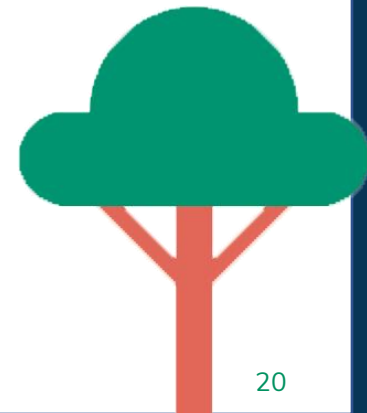
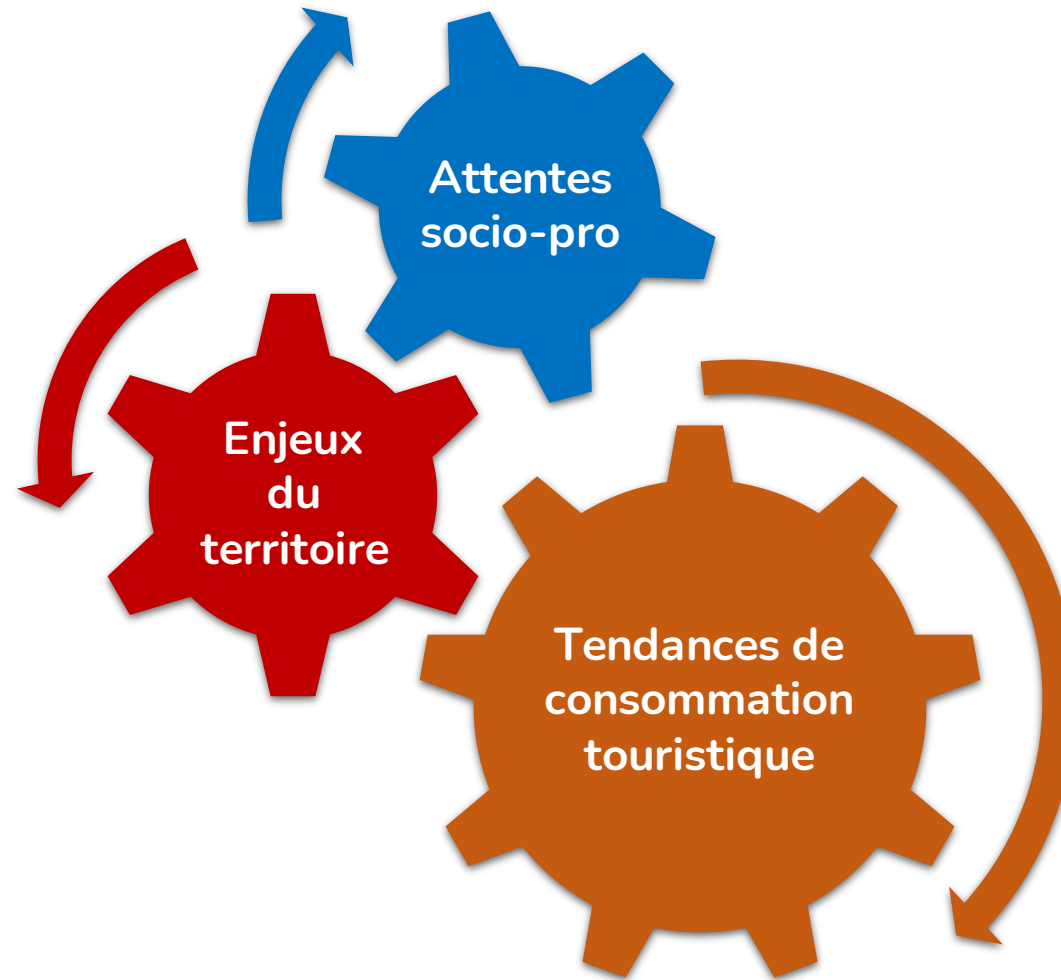


LUCRATIFS

L'aspiration est-elle partagée par un grand nombre ? Les contraintes sont-elles assez fortes pour payer un prix élevé ?



PLUS VALUE DE L'OT POUR LE TERRITOIRE



Adaptation du marketing de services : comment accompagner mes pros ?


 Communauté de communes l'île d'Oléron
12 décembre 2022 · 🌐

🏆 Découvrez les lauréats du Challenge mobilité 2022 organisé en partenariat avec l'ADEME 🏆



CDC-OLERON.COM

Challenge de la mobilité 2022 : LES LAURÉATS DÉVOILÉS - Communauté de communes de l'île d'Oléron


 Emrick Herbaut · 1er
Directeur adjoint chez Office de tourisme de l'île d'Oléron et du bassin de M...
10 mois · Modifié · 🌐

La semaine dernière fut riche pour les équipes et les partenaires de l'**Office de tourisme de l'île d'Oléron et du bassin de Marennes** avec un Eductour sur l'île d'Oléron, la participation à la JET de **Charentes Tourisme**, 3 ateliers de concertation dans le cadre du schéma de développement touristique durable (au programme tourisme à l'année, empreinte carbone, RSE...), et une formation pour les partenaires du label Nautisme Responsable... 🙌


De la réflexion, de la prospective, et du terrain !



EXEMPLES D'OLÉRON

 Emrick Herbaut Pro
31 janvier · 🌐

Revue de presse du jour : SudOuest, Le Point, France TV, L'Obs, Le Parisien, 20 Minutes, France Bleu... La Communauté de Communes de l'île d'Oléron attaque Airbnb et lui réclame 30 millions d'euros



SUDOUEST.FR

L'île d'Oléron attaque Airbnb en justice et lui réclame 30 millions d'euros



Les·instants·t



Caroline LE ROY
Betterfly Tourism

c.le.roy@betterfly-tourism.com

Avant de partir !



ou

evals.fr
Code **INST**

