

Montage de produits touristiques:



LANGUEDOC-ROUSSILLON

Qu'est-ce qu'un produit touriste ?

Un produit touristique est la résultante de la combinaison de plusieurs éléments nécessaires ou utiles aux touristes : transport, hébergement, location de véhicule, restauration, prestation de loisirs, prestation de services (guidage...). On parle généralement de produit touristique ou de package quand on assemble au moins deux de ces éléments pour les vendre de manière forfaitaire

Le Produit touristique

Rencontre entre le porteur de projet et le professionnel du tourisme

Tout d'abord, le porteur de projet ne doit pas hésiter à rencontrer un professionnel du tourisme (agence de voyage, comité départemental du tourisme, tour opérateur...). Le but de cette rencontre est de s'informer sur l'élaboration et la mise en place d'un produit touristique. Ainsi, il sera possible de trouver une thématique qui pourra répondre aux attentes et besoin du public, mais aussi au porteur de projet. (A savoir si, le porteur de projet s'y retrouve économiquement).

Un peu de vocabulaire :

- Tour opérateur (rôle d'agence de voyage et de réceptif)
- Agence de voyage (en frontal avec le client fonction principale : la vente, il fait appel à des « réceptifs » pour la production)
- Réceptif (maîtrise la matière première et l'effort de production, échelle locale)

La réglementation de forfaits touristiques

Le forfait touristique correspond à une offre associant différentes prestations et présentées dans un forfait global.

Ce secteur d'activité est réglementé.

Le régime juridique en matière d'organisation et de vente de voyages et de séjour faisait l'objet de quatre régimes d'autorisation (licence, habilitation, agrément, autorisation). Désormais, ces régimes sont fusionnés en un seul : les acteurs concernés s'immatriculent sur un registre tenu par une commission d'immatriculation placée au sein du GIE Atout France. Cette autorisation est soumise à des obligations de diplôme, d'expériences professionnelles et de garanties financières.

Accueil Paysan Languedoc-Roussillon est soutenu par l'Union Européenne et le Conseil Régional Languedoc-Roussillon



Le plus simple pour un porteur de projet est donc de s'associer avec un professionnel possédant une immatriculation.

Un produit touristique est composé de 3 choses :

- Les matières premières (hébergement, transport, encadrement d'activité physique)
- De frais de production
- De frais de communication

Ces coûts assemblés permettent de définir le prix public.

Les personnes proposant des produits tout compris sont entièrement responsables de l'ensemble des composantes du produit (hébergement, encadrement, transport). C'est celui qui vend le contrat commercial qui est responsable.

L'alotement

L'alotement correspond à l'action de bloquer des places dans un hébergement en prévision des séjours. C'est une réservation mais l'agence n'est pas obligée de verser un acompte pour réserver. Un contrat est écrit entre les parties. La date butoir de rétrocession est fixée à 21 jours avant la date. Dépasser les délais expose l'agence à régler l'ensemble des places alotées. De la même manière, si le départ d'un séjour est prévu à partir de 5 personnes, et seulement 3 sont inscrites, si l'agence a omis d'annuler le séjour avant ces 21 jours, elle sera obligée d'assurer la prestation. Un hébergeur connaît 21 jours à l'avance les lits occupés par l'agence de voyage, il n'en dispose librement qu'à compter de cette date.

La commercialisation

La rentabilité d'une prestation touristique se regarde dans sa globalité. Certains secteurs non rentables en eux-mêmes peuvent être à la source d'une économie rentable dans sa globalité. Il est possible de dégager de la valeur ajoutée sur une globalité même quand une des ses composantes est déficitaire.

La crise actuelle ramène la consommation de loisirs vers le local (réduction des coûts et durée du séjour). L'argument sécuritaire joue aussi en faveur du local.

La durée des séjours se réduit, le nombre de départ se fragmente, mais il semble que la semaine reste une durée de référence.

L'augmentation des courts séjours de proximité est peut être à mettre en relation avec la venue des nouveaux habitants dans les régions Languedoc Roussillon qui partent à la découverte de leur région.

La durée d'ouverture, la longévité d'une structure est très importante pour expliquer la fréquentation et la confiance existante dans un hébergement.

La commercialisation représente l'acte commercial lui-même, la façon qu'une structure a pour se vendre (ex : différence entre la vente directe et la re-vente).

Valoriser son produit

Avant de mener une action, il faut définir des objectifs, ce qu'on attend de cette action, et selon les moyens que l'on peut/veut y mettre.

Il est donc primordial de définir les « plus qualité » de chacun pour faire ressortir et valoriser les atouts qui peuvent différencier une structure des autres.

La période de fréquentation

Le taux d'occupation déjà acquis doit déterminer les périodes où il est nécessaire d'aller chercher de la clientèle.

Les périodes de remplissage maximal doivent être définies pour savoir ce qu'il faudrait faire pour attirer du monde en dehors de ces périodes.

La Communication

La présentation

La base pour attirer du monde est d'avoir une présentation attractive dans les guides. Celle dans le guide Accueil Paysan peut être une bonne base de travail.

La Communication définit ce qui va être commercialisée.

L'accroche = le lieu, la structure

La fidélisation = la personne et l'accueil

La localisation géographique

L'altitude, les kilomètres par rapport à un lieu très connu mais aussi, dans des territoires reculés, le temps de parcours sont importants. Un repère par rapport à une sortie d'autoroute peut être très attractif. Il faut être le plus objectif possible.

Il existe des seuils psychologiques pour la distance : par une excursion à la journée, une heure de trajet est le maximum, l'hébergeur peut donc indiquer les lieux d'excursions situés à une heure maximum autour de son hébergement.

Il faut aussi se mettre dans la peau d'une personne venant de loin : la méditerranée est un atout clef, de même que Carcassonne et sa cité médiévale, le « Pays Cathare », la réserve de Sigean...

La localisation géographique doit répondre à cette même préoccupation : par exemple, les Corbières sont situés pour la plupart des personnes dans un carré formé par Carcassonne, Narbonne, Perpignan et Quillan. Il n'est pas nécessaire de faire des sous-groupes.

La signalétique est très importante, il est très désagréable pour un visiteur de se perdre pour venir à son hébergement, elle permet aussi de le rassurer sur des petites routes auxquelles il n'a pas l'habitude.

Les tarifs ciblent une clientèle, permettent d'augmenter la saison et reflètent une façon de travailler.

Important : le choix des photographies

Sur les supports de communication, la photographie doit être « parlante » et de qualité : elle doit refléter l'ambiance du lieu. Elle sélectionne aussi les personnes qui vont être attirées par l'hébergement, les activités et vont demander des renseignements.

Diffuser l'information

Son positionnement est aussi un choix important à faire. Une des stratégies est de compter sur le bouche à oreilles pour diffuser l'information et trouver de nouveaux clients, mais surtout elle nécessite une ouverture surdimensionnée des voix de recherche de la clientèle : contact avec les tours opérateurs en Europe, Canada... L'avantage de cette diversité, de ne pas être bloqué sur un seul segment est d'être moins affectée par les variations du marché.



Exemple : d'un circuit mis en place

Cyclotourisme : le tour des Corbières à vélo
Étapes chaleureuses dans l'Aude, pays cathare

" Et si on partait de bon matin, à bicyclette, sur de belles routes vallonnées et peu fréquentées... "

Voici une randonnée cyclotouristique en liberté et toute en traversée. À parcourir à 2 ou en petits groupes, surtout à l'automne et au printemps où les petits cols aux pentes suaves sentent bon la Méditerranée. Aucune ville à traverser, juste quelques villages du «bout du monde», et un hébergement en chambre d'hôte en partenariat exclusif avec «Accueil Paysan la campagne à bras ouverts» !



Partir à la rencontre d'Accueil Paysan, c'est aller à la recherche de lieux apaisants, conviviaux, pour des séjours en famille, entre amis... Accueil Paysan est un groupement de paysans et d'acteurs ruraux qui partagent tous les mêmes convictions. Ils souhaitent promouvoir une agriculture paysanne et un tourisme équitable qui leur permet de vivre décemment : le paysan vous accueille sur son lieu de vie, parmi ses animaux, dans le paysage que son travail façonne.

Vous partagerez le repas à la table de l'accueillant où vous goûterez ses produits et ceux des terroirs voisins... L'Aude est un pays de vigneron, pour savourer leurs terroirs, le vin ou jus de fruits sont compris dans le repas. Convivialité et échange sont au cœur de leurs métiers d'accueil. Au rythme des saisons, le paysan vous invite au bonheur d'être nature.

Pour plus d'information sur ce produit touristique :

<http://www.randonades.com/randonnee-liberte-pyrenees-cyclotourisme-pays-cathare-aude-corbieres-32.htm>

Jour 1 : arrivée en fin d'après-midi et nuit à Ginestas.

Jour 2 : le canal du Midi, traversée des vignobles du lézignanais, et premiers petits cols par la montagne d'Alaric. Nuit à Mas des Cours, hameau du bout du monde.

Jour 3 : traversée très sauvage des Corbières de Carcassonne avec une succession de petits cols en forêt, puis les vignobles de Limoux. Nuit à Villelongue.

Jour 4 : passage incontournable au village «caché» de Corbières, suivi des beaux vallonnements boisés de la haute vallée de l'Aude. Nuit à Antugnac ou Fa.

Jour 5 : l'étape «montagne» à travers d'épaisses forêts au pied du pic du Bugarach (toit du massif), et les châteaux du pays cathare. Nuit à Paziols ou Tuchan.

Jour 6 : le relief est plus doux pour la partie la plus méditerranéenne et les vignobles du Fitou, la garrigue et les châteaux du Termenès. Nuit à Termes au pied du château.

Jour 7 : un profil plus descendant jusqu'aux vignobles de Lézignan qui annoncent la plaine de Narbonne. Belle fin de parcours le long du canal du Midi jusqu'à Ginestas.

N'hésitez pas à nous contacter :

Accueil Paysan Languedoc-Roussillon

10 allée des marronniers

11 300 Limoux

Tel : 04 68 31 01 14

languedoc-roussillon@accueil-paysan.com