



Atelier 3

Placer les habitants au cœur de la stratégie touristique
30/05/2023 – *Forum des acteurs du tourisme*

Quelques chiffres

83 % des visiteurs de la Somme sont français

32% d'entre eux sont des samariens

Selon l'étude sur le profil des clientèles, le poids et les retombées économiques du tourisme dans la Somme.

71% des visiteurs considèrent que les territoires et les acteurs privés devraient en priorité créer des expériences qui profitent autant aux touristes qu'aux habitants.

Selon une enquête menée par l'Organisation Mondiale du Tourisme en 2021

Vocabulaire

De quoi parle-t-on ?

Locatourisme

Staycation

Slow tourisme

Live like a local

Tourisme de proximité



Quelques initiatives pour s'inspirer

STAYCATION

Parrainage

Carte cadeau

Se connecter

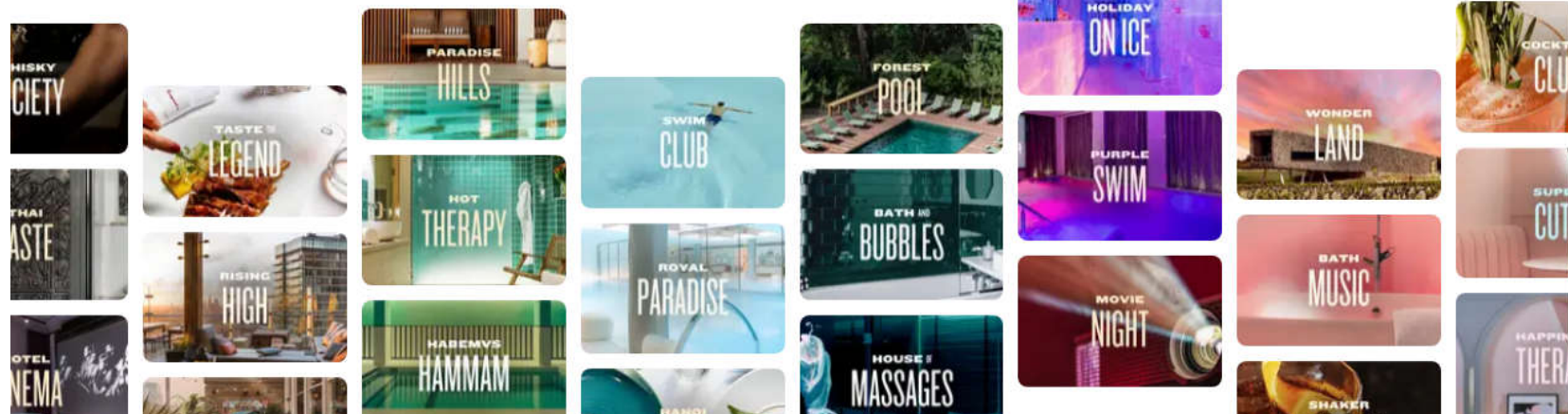
S'inscrire



Switchez en mode peignoir

Vivez des expériences magiques dans les plus beaux hôtels près de chez vous, à prix Staycation.

Accéder aux offres



Quelques initiatives pour s'inspirer

The screenshot shows the website 'SECRETS NORMANDS' with a navigation bar containing 'Accueil', 'Secrets', 'Recherche', 'Favoris', 'Contact', and 'Se connecter'. The main banner features a stone castle with a wooden walkway leading to an arched entrance. A text box on the right reads '1251 SECRETS DE LOCAUX qui ont la chance de vivre ici toute l'année'. Below the banner, a section titled 'chuchotés par' lists six individuals: Lily, Alexandre, Claire, Anne Laure, Mathyld, and Carole, each with a circular profile picture. A 'SUPER CHUCHOTEURS de secrets NORMANDS' badge and a plus sign are also present.

SECRETS NORMANDS FR

Accueil Secrets Recherche Favoris Contact Se connecter

1251 SECRETS DE LOCAUX
qui ont la chance de vivre ici toute l'année

entrez

chuchotés par

Lily Alexandre Claire Anne Laure Mathyld Carole ...et 471

SUPER CHUCHOTEURS de secrets NORMANDS

Quelques initiatives pour s'inspirer



[Page d'accueil](#)

[A propos](#) ▾

[Trouver un Greeter](#)

[Devenir Greeter](#)

[Autres langues](#)



Worldwide Greeters

Balades gratuites dans plus de 140 destinations !

[A PROPOS LES
GREETERS](#)

[TROUVE UN GREETER](#)

[CONTACT](#)

Venez en visiteur,
partez en ami

My stroll with
A **GREETER** in Nantes

somme
TOURISME

somme
LE CONSEIL DÉPARTEMENTAL

Quelques initiatives pour s'inspirer

The screenshot displays the Chilowé website interface. At the top, a dark blue navigation bar contains the links 'Média', 'Club', and 'Festival'. Below this, the Chilowé logo is prominently featured with the tagline 'Voyager local, vivre mieux et s'engager'. To the left of the logo are social media icons for Instagram, Facebook, LinkedIn, and Spotify. To the right is a green 'CLUB CHILOWÉ' button. A horizontal menu below the logo lists categories: 'AVENTURE', 'MODE DE VIE', 'ÉCOLOGIE', 'SOCIÉTÉ', 'CHILO-PÉPITES NEW', and 'CHILO-DESTIS NEW', followed by a search icon. The main content area features a grid of article cards. The first card shows a blue Chilowé mug on a camp stove with the title 'Bien manger dans la nature : nos « recettes réchaud » salées' and a date of '22 mai 2023'. The second card shows a scenic view of a river valley with the title 'Vienne Condrieu' and a 'Chilo | desti' tag. The third card shows cyclists on a path with the title 'Week-end de gravel entre Dreux et le Perche' and a date of '22 mai 2023'. A fourth card is partially visible on the right with the title 'Flower p gentiane' and a date of '17 mai 2023'. Navigation arrows are located at the bottom center of the content area.

Quelques initiatives pour s'inspirer : les événements locaux



Quelques initiatives pour s'inspirer : des outils pour favoriser les sorties



En savoir plus : Carte Vézère Périgord Noir



Comment communiquer ?



Quel habitant êtes-vous ?

Etes-vous touriste dans votre département ?

Qu'est-ce qui déclencherait une visite, une sortie près de chez vous ?

Quels sont les aménagements que vous souhaiteriez voir se développer en tant qu'habitant ?

Quelles sont les actions de communication, opérations marketing auxquelles vous seriez sensibles ?

En tant que professionnel, comment impliquer les habitants ?

Quelles actions (aménagement, communication,...) avez-vous déjà mis en place à destination des habitants ?

Quelles actions de formation, de mise en réseau vous sembleraient utiles pour mieux capter les habitants en visite dans notre département ?

Que peut-on imaginer pour mieux toucher les habitants, leur faire découvrir votre territoire, votre équipement, le faire dormir dans votre hébergement ?