

MONTER UN PROJET TOURISTIQUE DANS LES VOSGES

Monter un projet touristique c'est se fixer un objectif et se donner les moyens de l'atteindre. Autrement dit : c'est passer de l'idée à la concrétisation. Mais avant de se lancer, différentes questions doivent être posées et certaines étapes sont incontournables pour la réussite du projet touristique. Cette fiche-conseil est là pour vous éclairer et vous aider.



10 ETAPES SONT NECESSAIRES POUR CREER SON PROJET TOURISTIQUE

- Définir et clarifier vos idées
- La connaissance du territoire : faire l'état des lieux
- Le budget prévisionnel
- La formalisation du projet
- La recherche de partenaires
- Le plan d'actions
- Sa mise en œuvre
- La communication
- L'évaluation
- L'adaptation de son offre

POUR VOUS AIDER : Conseil départemental des Vosges (CD88) – Isabelle BONNARD
8, rue de la Préfecture – 88000 EPINAL – Tel : 03.29.29.88.09 – mail : ibonnard@vosges.fr

DEFINIR ET CLARIFIER VOS IDEES



Commencez par répondre à ces deux questions :

- Qu'est-ce que je veux faire ?
- Quel est mon objectif (pour moi et pour les clients) ?

La priorité est que votre projet doit correspondre aux attentes de la clientèle. Il faut penser à ce que le client peut attendre en termes de services et de loisirs ainsi qu'à l'ensemble des prestations que l'on souhaite développer.

Un test de votre idée peut être réalisé auprès de votre famille, vos amis, vos connaissances... Ceci vous permettra de percevoir la réaction de vos proches.

LA CONNAISSANCE DU TERRITOIRE – FAIRE L'ETAT DES LIEUX



Votre projet ne peut s'intégrer sur le territoire que si vous connaissez bien votre environnement touristique. Il s'agit de se poser les bonnes questions :

- Quelle est l'image touristique du département ? quels sont les pôles d'attractivité du département ?
- Connaissez-vous bien l'offre touristique ? (sites, activités, monuments, hébergements, événementiels...)
- Qui seront vos concurrents ? Quels sont les éléments qui me permettent de me différencier de mes concurrents ?
- Quel type de clientèle allez-vous cibler ? N'oubliez pas que votre projet doit correspondre aux attentes de la clientèle. Pour se faire, une étude de marché peut être réalisée. Certaines études sont disponibles auprès de l'Observatoire départemental du Tourisme, la CCI, Chambre d'agriculture, labels...

POUR EN SAVOIR PLUS : CONSEIL DEPARTEMENTAL DES VOSGES – Observatoire du Tourisme – 8, rue de la Préfecture – 88000 EPINAL – Tel : 03.29.29.88.14 - mail : ctanazacq@vosges.fr
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE – 10 rue Claude Gellée – 88000 EPINAL – Tel : 03.29.33.88.88 – mail : cci@vosges.cci.fr
CHAMBRE D'AGRICULTURE DES VOSGES – Rue André Vitu – 88000 EPINAL – Tel : 03.29.29.23.23 – mail : contact@vosges.chambagri.fr

LE BUDGET PREVISIONNEL



Le budget prévisionnel doit refléter fidèlement l'analyse de vos besoins et les ressources dont vous disposez ou que vous comptez réunir.

Avec l'aide de différents partenaires et une étude de faisabilité approfondie, vous pourrez alors envisager vos investissements et supportez les premières années difficiles.

Les questions à se poser :

- Quels sont les investissements à réaliser pour votre projet ? (achat de terrain ?, acquisition d'un bien immobilier ?, construction de bâtiment ?, rénovation et équipements mobiliers ?...)

- Quelle est votre capacité d'autofinancement ? On considère qu'un autofinancement à hauteur de 20 à 30 % des dépenses est un minimum.
- Pouvez-vous prétendre à des emprunts, subventions, aides ?
- Avez-vous bien estimé vos charges ? Prévoyez une marge d'imprévus d'au moins 8 % de dépenses.
- Quel niveau de fréquentation minimum vous permettra de couvrir vos charges ?
- Avez-vous réfléchi aux périodes de fermeture qui pourraient influencer sur le chiffre d'affaires ?
- De même, vos tarifs vous permettent-ils de générer des marges et à terme de dégager du bénéfice ?

POUR EN SAVOIR PLUS : Contacter un expert-comptable pour vous aider. Liste des experts-comptables vosgiens disponible sur le site internet <http://www.lorraine.experts-comptables.fr>

LA FORMALISATION DU PROJET



Il s'agit ici de réaliser un dossier de présentation de votre projet qui répondra aux questions suivantes : Qui ? Pourquoi, pour qui ?, Où, quand ?, Comment ? Avec quels moyens financiers ?

Ce dossier de présentation vous permettra de vous introduire auprès de potentiels partenaires institutionnels et financiers. Il doit être précis, clair, vivant, crédible (surtout du point de vue financier), évolutif (en fonction de vos interlocuteurs).

LA RECHERCHE DE PARTENAIRES



Les partenaires sont multiples : mairies, communautés de communes/d'agglomération, département, région, associations, entreprises privées, banques...

A vous de les sélectionner en fonction de votre projet et de l'aide attendue (sponsoring, subventions, prêts, mécénats, réductions sur des futurs achats, parrainage médiatique...).

Vous pourrez alors soit envoyer votre dossier de présentation, soit prendre rendez-vous directement avec le partenaire. Préparez alors votre entretien, soyez convaincant et crédible, et montrez à votre partenaire ce que votre projet peut lui apporter.

SA MISE EN ŒUVRE



Il s'agit de la phase opérationnelle du projet. Elle doit aboutir à des résultats concrets permettant d'atteindre les objectifs fixés.

La durée de cette phase est variable suivant le type de projet, elle peut se dérouler en quelques mois voire même une année.

Continuez à demander conseil pendant cette période et à vous faire aider dans la phase de réalisation notamment sur le plan juridique, pour déterminer quel est le statut le mieux adapté à votre projet.

Mettez-vous au clair avec toute la réglementation, les déclarations, les obligations légales et les autorisations administratives qui relèvent de votre projet.

LA COMMUNICATION



Il vous faudra d'abord identifier votre cible de clientèle. A qui s'adresse mon projet ? (jeunes ? familles ? retraités ?...).

Ceci dans un objectif d'adapter le message dans sa forme, texte ou graphique, en fonction des sites.

Définissez votre charte graphique ainsi que votre logo. Réfléchissez à vos différents supports de communication (internet, brochures, flyers, cartes de visite...) et lancez-vous dans leur création.

Cette étape demande des compétences spécifiques, un professionnel de la communication peut vous aider.

N'oubliez pas les réseaux sociaux mais aussi de faire des liens entre votre site internet et ceux de vos partenaires ou institutionnels. De même, travaillez le référencement.

Enfin, définissez votre stratégie commerciale et commencez à commercialiser votre produit, via différents canaux de distribution (en direct, par une agence, des tours-opérateurs, des comités d'entreprises...)

EVALUER SON CONCEPT



Il s'agit ici de regarder si les objectifs de départ sont atteints. Cette évaluation permet de pointer les forces et faiblesses du projet et de mettre en place des mesures correctives pour s'améliorer. Une bonne évaluation est un outil d'aide à la décision pour des projets futurs.

N'oubliez pas de constituer un document présentant le bilan que vous pourrez présenter à vos différents partenaires.

Dans le cadre d'un projet touristique, des indicateurs peuvent être mis en place en termes de suivi :

- Estimer et faire progresser sa fréquentation (faire un comptage régulier de vos visiteurs, définir une tarification haute saison/basse saison, mettre en place des actions promotionnelles sur des périodes de faible fréquentation...)
- Etudier sa clientèle (leur origine, leur typologie (couples, individuels, jeunes...) et faire des campagnes de communication sur ses marchés)
- Faire évoluer son chiffre d'affaires (réajuster sa grille tarifaire, développer des activités complémentaires...)
- Assurer la satisfaction de vos clients (mettre en place des questionnaires de satisfaction, assurer le suivi des réclamations...)

ADAPTER VOTRE OFFRE



1. Pourquoi est-il si important de connaître ses clients ?

UN ENJEU MAJEUR POUR LES PROFESSIONNELS DU TOURISME

Il est nécessaire de faire le point régulièrement afin de ne pas être en décalage par rapport aux tendances du marché, à la concurrence et aux attentes des clientèles.

N'hésitez pas à faire de la veille concurrentielle afin de bien se positionner mais aussi de pouvoir se démarquer.

Face à une multiplication des offres et l'émergence de nouvelles destinations touristiques, les consommateurs sont de plus en plus exigeants et souhaitent des offres et expériences personnalisées, qu'ils partagent sur les réseaux sociaux.

Il est indispensable de se constituer un fichier client qualifié pour pouvoir diffuser des actus, des promos et toutes les nouveautés de votre entreprise touristique.

Ce document a été réalisé par le Conseil Départemental des Vosges.



Date de mise à jour : Janvier 2018

