

Positionnement marketing de la destination Lozère

Présentations et débats

Mende – 6 octobre 2015

Echanges et débats : « destination Lozère »



Véronique VIDAL



- Co-fondatrice du cabinet 4V
- Expert marketing

 veronique.vidal@4v.fr

 www.facebook.com/veronique.vidalpro

 <http://twitter.com/Cabinet4V>



Vivian VIDAL



- Co-fondateur du cabinet 4V
- Expert tourisme

 vidal@4v.fr

 www.facebook.com/vidal.4V

 <http://twitter.com/Cabinet4V>

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 



Catherine - 1990

- Bonjour,
- **Nous sommes en 1990 à Lyon.**
- Je m'appelle Catherine, j'ai 41 ans, je suis mère au foyer
- **Je suis mariée** depuis 20 ans avec Jean-Louis, il a 42 ans, il est chef d'atelier chez Peugeot
- **Nous avons 2 enfants**, de 7 et 9 ans.



www.4v.fr

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

Echanges et débats : « destination Lozère » 



Océane - 2015

- Bonjour,
- Je m'appelle Océane, j'ai 38 ans, je suis l'ex-belle fille de Catherine.
- Nous sommes en 2015 dans la banlieue lyonnaise.
- **Je travaille à mon compte** et je gagne bien ma vie... enfin, quand je travaille !
- **Je suis divorcée** et je vis avec Samuel.
- Samuel est en CDD dans le secteur des services aux personnes âgées.
- **On a entre 3 et 5 enfants** à la maison :
 - 2 de mon premier mariage
 - 2 du premier mariage de Samuel
 - Et... 1 petit dernier, ensemble !



www.4v.fr

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

Echanges et débats : « destination Lozère »





Catherine - 1990

- Famille
- J'ai le temps
- Peu d'offres connues
- Stabilité
- Accès à l'offre compliqué
- Ecrire téléphoner
- Faire confiance au « vendeur »
- Long séjour
- Chèque Cash
- Besoins simples
- Réservation à long terme



Océane - 2015

- Temps de vacances fluctuants
- Vie compliquée Exigence
- Famille recomposée
- Avenir flou
- E-mail Smartphone
- Avis d'autres clients
- Web Web mobile
- Temps réel
- Achat en ligne Carte, Paypal
- Embarras du choix
- J'ai peu de temps
- Accès facile à l'offre

www.4v.fr

© Copy Right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

Echanges et débats : « destination Lozère »






OFFRE & ACCUEIL
ENCORE ET TOUJOURS

- ça ne fait plus tout...
- ça ne suffit plus...
- c'est un « dû »...
- c'est « normal »...

FAIRE AUTRE CHOSE

- tenir compte du client
- travailler autrement
- évolutions & révolution

www.4v.fr

© Copy Right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

Echanges et débats : « destination Lozère » 

**Alors,
on fait quoi ?**




Echanges et débats : « destination Lozère » 

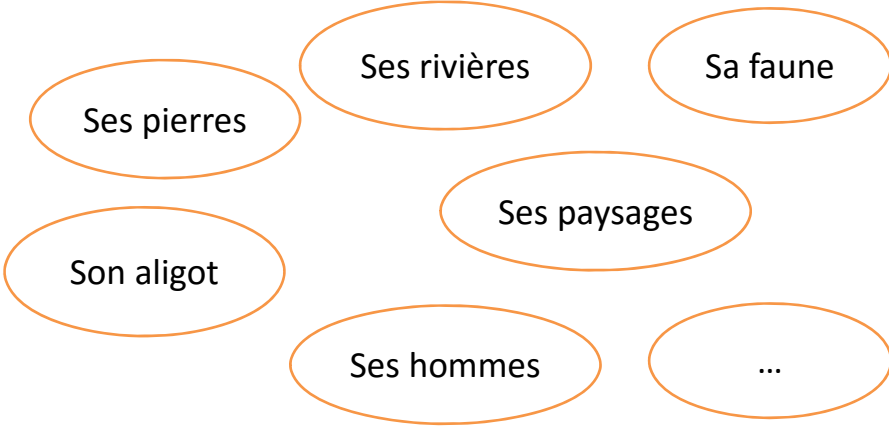
« Positionnement touristique »

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

La Lozère un territoire magnifique dont nous pourrions parler des heures...



Ses pierres

Ses rivières

Sa faune

Son aligot

Ses paysages

Ses hommes

...

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

La Lozère un territoire magnifique dont nous pourrions parler des heures...

Elle est importante cette offre,

- elle est même indispensable,
- incontournable,
- et elle doit continuer à être un des points fondamentaux des chantiers à mener en matière de tourisme.



Mais aujourd'hui une réflexion sur l'offre est insuffisante.
Il faut plus : **POURQUOI ?**

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

Une concurrence qui s'intensifie tous les jours

L'avenir du tourisme mondial
une augmentation de l'offre
supérieure à l'augmentation de la
demande



© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

L'aparté

Cette question se pose exactement de la même façon dans vos entreprises.



- Pourquoi quelqu'un viendrait chez moi plutôt que chez mon concurrent?
- Qu'est-ce-que j'ai de plus que lui, que les autres?

Attention Océane à Lyon, surfe, zappe, et elle n'ira voir votre offre que si vous l'avez interpellée, séduite, accrochée.
Le « feeling », si vous l'avez créé la poussera à aller plus loin.




© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

Quelles différences entre offre touristique et positionnement ?


Politique basée sur l'offre:
Décrit ce qu'est mon territoire, en termes géo, paysages, rivières...
Décrit les prestations que je propose.

Les limites d'une telle politique:



- Nombreux sont ceux qui ne se retrouvent pas dans la description, car l'offre est très large, et on ne peut pas décrire tout le monde.
- On rentre dans un affichage catalogue, qui ne séduit pas Océane.
- C'est un sujet de discorde fort.
- Cela va à l'encontre d'une démarche collective car tout le monde tire la couverture à soi, pour essayer d'exister.

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

Quelles différences entre offre touristique et positionnement ?


Vision marketing : Positionnement
Champ sémantique de l'émotion, d'un univers de référence expérientiel, de valeurs, de perspectives, de projets.

Des enjeux majeurs :
Le positionnement doit être :

- **Attractif:** qu'il ait du sens et un intérêt pour les cibles (les clients)
- **Distinctif:** non exprimé- travaillé ailleurs
- **Crédible:** qu'il repose sur une réalité du territoire
- **Durable :** ne pas s'appuyer sur un effet de mode.
- **Fédérateur:** que les différents acteurs du territoire puissent évoluer au sein de celui-ci

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

Quelles différences entre offre touristique et positionnement ?

Un problème de sémantique me direz vous...

LES MOTS SONT IMPORTANTS

Oui en effet, mais les mots sont très importants.....
Ils ouvrent le champs des possibles oules ferment immédiatement
Ils font rêver,..... ou pas.
Ils permettent de créer un projet commun,ou pas.

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 


Quelles différences entre offre touristique et positionnement ?

Passer d'un discours « égo » centré à un discours « client » centré



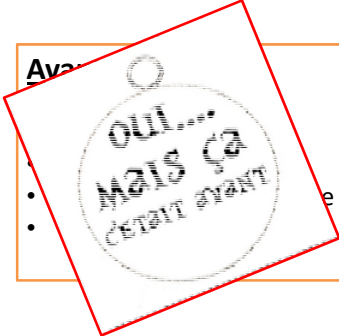
© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

Et si on allait encore un peu plus loin?

Avec



-
-

Aujourd'hui:

- Vision globale d'un territoire.
- Le tourisme comme un, parmi d'autres éléments qui forgent un territoire.

Pourquoi?

- Parce que le tourisme n'est rien sans commerces, sans habitants, par exemple.
- Toujours une concurrence accrue sur tous les fronts, pas que le tourisme.
- Des moyens qui diminuent, notamment des collectivités.

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

On parle alors d'« attractivité territoriale »

Un territoire et son développement repose sur plusieurs leviers, transversaux, qui doivent être travailler sous un chapeau commun.



- Tourisme
- Grands événements (sportifs, culturels, business)
- Business
- Enseignement
- International
- Nouveaux habitants

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015


www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

Parlons donc d'« attractivité territoriale »

Un projet d'attractivité territoriale repose :

- Sur une vision partagée de demain
- Sur un projet
- Sur des valeurs
- Permet d'harmoniser les moyens et les idées autour d'une stratégie globale
- Et donc de mener des actions transversales, optimisées



© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

On parle alors d'« attractivité territoriale »

- Un tel projet doit être porté par **l'ensemble des acteurs**, et donc y trouver un intérêt.
- Il doit y avoir **une plus value à intégrer le projet.**
- La dimension « politique » doit être **dissociée**, en termes d'image du projet d'attractivité.



© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

On parle alors d'« attractivité territoriale »




Pourquoi c'est intéressant:

Des entreprises qui viennent participer et s'impliquer.

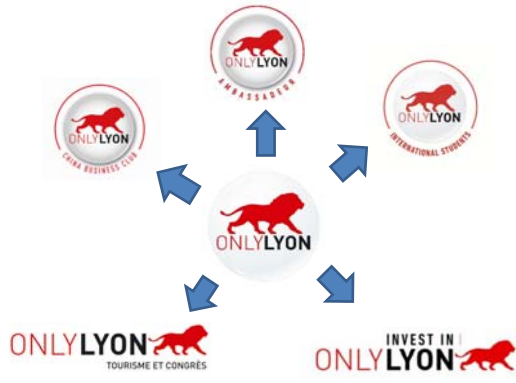


© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

On parle alors d'« attractivité territoriale »




Pourquoi c'est intéressant:

- Une logique de déclinaison graphique sous la marque « onlylyon ».
- Une identité transversale.
- Des milliers d'ambassadeurs dans le monde.

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

On parle alors d'« attractivité territoriale »



Pourquoi c'est intéressant:

Fusion de plusieurs structures autour de la marque.

2.300 entreprises alsaciennes portent la marque (tous secteurs confondus)

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

On parle alors d'« attractivité territoriale »



DEVENEZ AMBASSADEUR de la marque

- Partager une marque partagée.
- Télécharger le code de marque.
- Comment devenir ambassadeur.
- Exemples d'applications.

Toutes les informations dans **DEVENEZ AMBASSADEUR**

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

TOUT commence en FINISTÈRE

Des objectifs

- Développer la notoriété du département au-delà de ses frontières afin de faire connaître les nombreux atouts du territoire
- Moderniser l'image du département en le rendant plus dynamique, plus attractif, plus ouvert, plus accessible, plus innovant
- Attirer de nouveaux investisseurs et de nouveaux acteurs économiques, sociaux, artistiques et culturels afin de favoriser le développement et de consolider les capacités de recherche et d'innovation

www.4v.fr

mai 2015

Echanges et débats : « destination Lozère » 


TOUT commence en FINISTÈRE


Des valeurs identitaires

-  **Bretagne**, parce que dans le Finistère se reflètent fortement les valeurs de la Bretagne
-  **Capacité au renouvellement**, parce que le Finistère sait se réinventer sans se trahir
-  **Mer à 360°**, parce qu'elle a façonné le territoire et le caractère des Finistériens
-  **Intelligence collective**, parce que l'alliance de leurs talents rend les Finistériens plus forts, innovants et entreprenants
-  **Intensité**, parce qu'elle existe sous différentes formes : l'intensité des éléments naturels, les contrastes météorologiques... et qu'elle inspire le sentiment de conquête
-  **Géographie singulière et fusionnelle**, parce qu'elle a donné aux Finistériens le goût de l'aventure et a forgé leur indépendance

www.4v.fr

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

Echanges et débats : « destination Lozère » 



Pourquoi c'est intéressant:

- Un travail mené en partenariat avec La Bretagne, une cohérence d'intégration graphique.
- Une vision d'une terre de tous les possibles, où chacun est encouragé à venir, y réaliser ses projets de vie, de travail, de vacances...
- Partagée par les habitants: Penn ar Bed: « début du monde »
- Une boîte à outils à disposition des ambassadeurs.
- Des ambassadeurs divers: La pointe du Raz, le crédit agricole, une start up IT....

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 



MA BRETAGNE commence enFINISTÈRE

MON PROJET commence enFINISTÈRE

MES VACANCES commencent enFINISTÈRE

DEVENEZ AMBASSADEUR - Pourquoi une marque partagée

© Copy right Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

www.4v.fr

Echanges et débats : « destination Lozère » 

Mes vacances commencent en Finistère



© Stichelbaut

La Bretagne forme une péninsule dont le Finistère est le point d'orgue. Plantées dans les houles du [raz de Sein](#) et du [chenal du Four](#), ses pointes farouches ouvrent sur l'infini du large. Finis Terra : la terre finit, commence le voyage !

Avec ses mille kilomètres de côtes, le Finistère vous offre ses points de vue exceptionnels, ses plages et ses criques idéales pour une balade, un moment de détente. Vous vous ressourcerez dans l'un des plusieurs centres de [thalassothérapie](#) dont celui de [Roscoff](#), premier institut de soin à l'eau de mer.

Vertige en haut des phares, balades le long d'un sentier côtier, farniente sur les longues plages de sable fin, émotions tout au bout des pointes rocheuses, frisson à bord d'un catamaran, souvenirs glanés lors de premières [classes de mer](#)... Le Finistère vous invite à prendre la mer !

Comment ne pas goûter à l'aventure d'une excursion dans les îles ? Comment ne pas renâtrer lors d'une balade à la [pointe du Raz](#), site tant apprécié par Victor Hugo ou Gustave Flaubert ?

Laissez-vous guider dans les pas des hommes qui ont écrit l'histoire ! Des cimetières de bateaux aux fortifications, des châteaux aux menhirs, de l'[école de Pont-Aven](#) aux [musées des beaux arts](#)... vous trouverez partout l'empreinte des hommes dans ces réalisations grandioses. Comment ne pas s'émerveiller à la vue de la [Tour Vauban](#), inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO ?

Comment ne pas s'émerveiller en découvrant les [enclos paroissiaux](#), symbole d'un dialogue entre l'homme et ce qui le dépasse ?

De l'ambiance vive et animée des ports au charme délicat de petites cités paisibles, les [villes du Finistère](#) vous racontent les hommes qui les ont faites. Elles sont toutes différentes, riche d'un patrimoine conservé, d'une vitalité culturelle et d'authenticité, elles s'animent au grès des marchés et de leurs visiteurs.

Si vous voulez vous mettre au vert, une balade le long du [canal de Nantes à Brest](#) ou au lac du Drennec s'impose ; les randonnées dans les [monts d'Arrée](#), la découverte de ces paysages de légendes sont autant d'éléments qui enrichiront un séjour.

A la recherche d'[activités à sensation](#), choisissez une sortie en deltaplane sur le Menez Hom, un cours de surf à [La Torche](#) où est née la première école de Bretagne, ou naviguez dans les [les Glénan](#), où fut créée la première école de voile d'Europe.

[www.4v.fr](#)

© Copyright Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

Echanges et débats : « destination Lozère » 

ESPACE PRO | PRESSE | GROUPES | FINISTÈRE AFFAIRES | FINISTÈRE ACCESSIBLE | FINISTÈRE D'EXCEPTION | CLIC ET CAMP 29 | FINISTÈRE RANDO



FINISTÈRE
d'exception

GAGNEZ DES WEEK-ENDS POUR 2 EN HÔTEL 4*

[CLIQUEZ ICI](#)

MES VACANCES commencent en FINISTÈRE

TOUT commence en FINISTÈRE

Découvrez > Préparez > Séjours > Nouveautés > Idées cadeaux > Agenda >

[www.4v.fr](#)

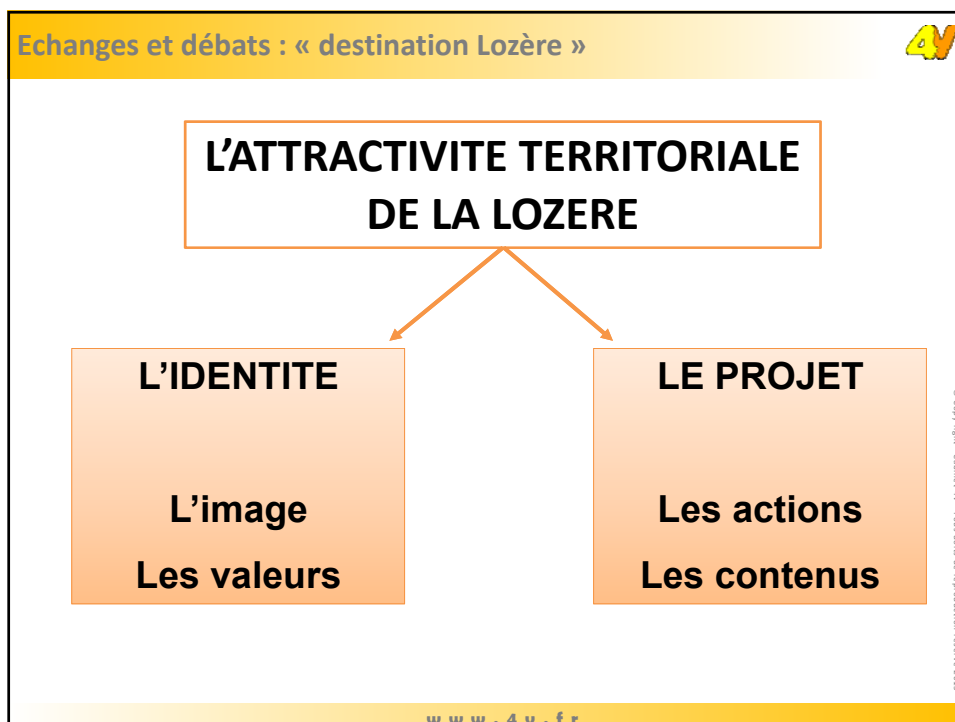
de production réservés 2015

Echanges et débats : « destination Lozère » 



**STOP LES VACANCES
IL EST TEMPS
DE REPARTIR
EN VOYAGE**

www.4v.fr



Echanges et débats : « destination Lozère » 

L'ATTRACTIVITE TERRITORIALE DE LA LOZERE

L'IDENTITE	LE PROJET
<p>L'IMAGE Qu'est-ce que les habitants (vous) pensent de la Lozère ? Que pensent de la Lozère ceux qui la connaissent sans y habiter ? Que pensent de la Lozère ceux qui ne la connaissent pas ? ...</p>	<p style="text-align: center;">Travailler avec des acteurs « hors » tourisme</p>
<p>LES ATOUTS Quels sont les atouts différenciant de la Lozère ? En quoi la Lozère peut représenter une opportunité ? Et pour qui ? ...</p>	<p style="text-align: center;">La logique des « ambassadeurs »</p>
<p>LES VALEURS Quelles « valeurs » définissent la Lozère ? Si la Lozère était une personne... Ça serait plutôt un homme, une femme ? Comment la décririez-vous ? Quelle serait sa « personnalité » ? ...</p>	<p style="text-align: center;">Des thèmes forts pour orienter l'offre vers le client</p>
	<p style="text-align: center;">La progression qualitative de l'offre</p>
	<p style="text-align: center;">L'adaptation des entreprises à ce nouveau marché</p>
	<p style="text-align: center;">Etc...</p>

www.4v.fr

© Copyright Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015

Echanges et débats : « destination Lozère » 

Ateliers possibles ? 27/11

IDENTITE ?	...
Atouts – Image - Valeurs	...
LA CHEVILLE OUVRIERE ?	...
TRAVAILLER ENSEMBLE ?	...
QUELLES OFFRES ?	...
QUELS PRODUITS ?	...
QUELS PROJETS ?	...
QUELS CONTENUS ?	...
<p>Intégration de la marque ?</p> 	<p>Avantages, inconvénients</p> <p>Contraintes, points forts, points faibles...</p>

www.4v.fr

© Copyright Cabinet 4V - Tous droits de reproduction réservés 2015