



# *Mobilisation et engagement des résidents*

**#FET2018**

François-G., Géraldine, Didier, Guillaume et Paul l'ancien

# Valorisation

- POSITIONNER ET FAIRE RECONNAÎTRE LE TOURISME COMME VECTEUR ÉCONOMIQUE ET IDENTITAIRE
- FAIRE PRENDRE CONSCIENCE QUE TOUS LES RÉSIDENTS (À ÉCHELLE VARIABLE) PEUVENT ÊTRE DES ACTEURS DU TOURISME, QU'ILS FONT PARTIE DE L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE ET DE L'IDENTITÉ TOURISTIQUE
- CONFIRMER LE POTENTIEL ET ÉTABLIR UNE AMBITION COLLECTIVE POUR LE TOURISME

# Prémisse : engager l'écoute des résidents

- VALIDER LA PERCEPTION ACTUELLE DU TOURISME ET DE L'IDENTITÉ
- IDENTIFIER FREINS ET NUISANCES POUR ASSURER L'OUVERTURE ET L'ADHÉSION
- ANTICIPER AVOIR UN RÔLE PROACTIF AVEC LES POUVOIRS PUBLICS SUR CES ENJEUX
- IDENTIFIER LES CODES NATURELS DES LOCAUX (#LAREUNIONLELA #974) POUR LES RAPPROCHER

#lareunionlela 10,2k publications

S'abonner

Connexes: #malgache #legrauduroi #agon #marseillecity #cal

#974 609k publications

S'abonner

Connexes: #ileintense #974 🌺 🌿 #reunionparadis #breizh #

#ileintense 40,4k publications

S'abonner

Connexes: #reuniontourisme #mafate #974 🌺 🌿 #974 #exp

#explorelareunion 8418 publications

S'abonner

Connexes: #reuniontourisme #mafate #ileintense #974 #lareur

# Sensibiliser

- SENSIBILISER À L'IDENTITÉ TOURISTIQUE DE LA RÉUNION - FAVORISER L'APPROPRIATION DE LA MARQUE ET DES CODES D'UNE MARQUE TOURISTIQUE PAR LA POPULATION (ÎLE DE LA RÉUNION, ÎLE INTENSE)
- DÉFINIR L'ADN POUR DÉFINIR L'IDENTITÉ ET FAVORISER L'APPARTENANCE ET L'ADHÉSION



# Sensibiliser

- #ILEINTENSE
- QUELLES SONT LES VALEURS INHÉRENTES À L'INTENSITÉ ?
  - DES GENS : ÉMOTIONS VÉCUES, DES RENCONTRES ET DE L'ACCUEIL
  - DE LA TRAME TOURISTIQUE : ÉVÉNEMENTS, BOUFFE, CULTURE,
  - DU PAYSAGE : MERS, MONTAGNES ET VOLCANS



# Sensibiliser

- ÉTABLIR LES APPROCHES ET LES CANAUX DE COMMUNICATION
- STRATÉGIE DE VALORISATION :
  - PÉDAGOGIE, PARTENARIAT, #ILEINTENSE
  - MIX À ENVISAGER AVEC LA STRATÉGIE #EXPLORELARÉUNION
  - STRATÉGIE À ARRIMER AVEC LES INITIATIVES AFFINITAIRES (FB : RÉUNIONNAIS DU MONDE)



Lot koté la mèr  
Le magazine des **RÉUNIONNAIS** *du monde*



On ne peut forcer la  
rencontre : résidents  
motivés + visiteurs  
motivés = marginal!

# Groupes à mobiliser

1. ORGANISMES TOURISTIQUES -
2. OFFREURS FORMELS - PRO
3. OFFREURS SECONDAIRES – ÉCONOMIE COLLABORATIVE
4. TRAVAILLEURS ET SAISONNIERS
5. RÉSIDENTS : SERVICES DE PROXIMITÉ
6. RÉSIDENTS
7. AFFINITAIRES
8. ÉLUS

# Niveaux d'engagement



ENGAGÉS

MOBILISÉS

INFORMÉS

FIERS

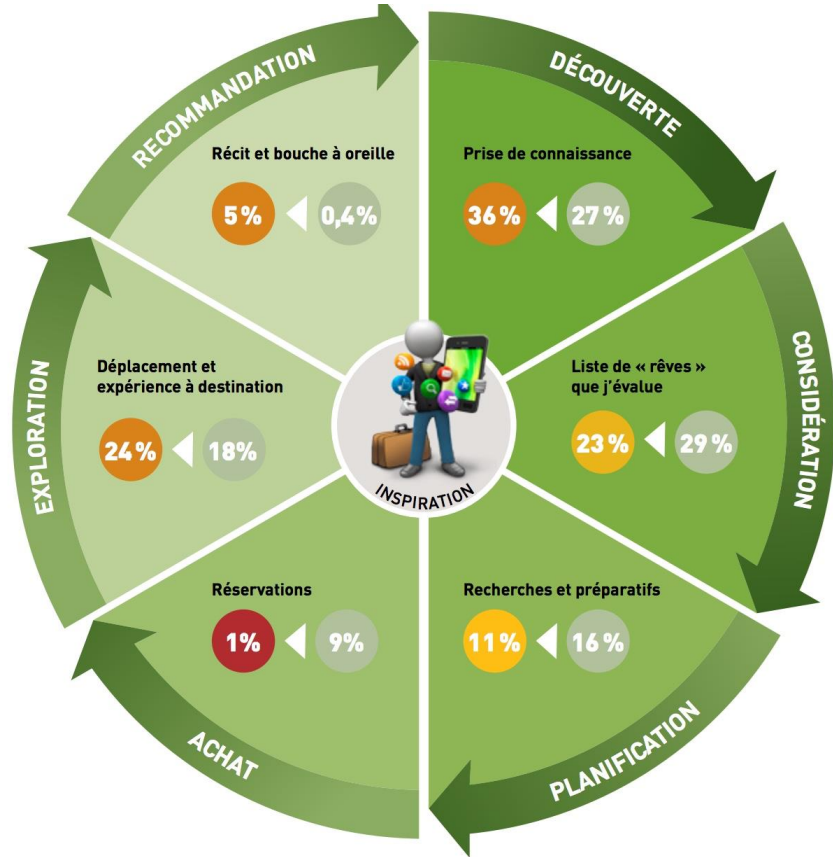
SENSIBILISÉS

NEUTRES

NÉGATIFS



# L'engagement dans le cycle du visiteur



- INTÉGRER LA GOUVERNANCE DE LA DESTINATION – INCLUANT LE LOCAL – DANS LE PARTAGE DES ACTIONS, TOUT AU LONG DU CYCLE DU VOYAGEUR
- L'EXEMPLE DE L'OFFICE DE TOURISME DE QUÉBEC