



RiTA

Réseau d'Information Touristique
Ariégeois

COMITE DE PILOTAGE

———— 11 juin 2024 ————

Réseau d'Information Touristique Ariégeois

Bienvenue !

Introduction de Marina (ne peut rester au CoPil en raison de sa participation aux Rencontres des stations Pyrénéennes) :

- Invitation à un représentant des Ots de participer au **recrutement du/de la futur.e animateur.ice du réseau**
 - ⇒ Sarah sera présente lors de l'entretien des candidats le 11 juillet
- Etat d'avancement du projet de **convention entre GDF et RITA**
 - ⇒ S'est entretenue avec d'autres directeurs d'ADT
 - ⇒ Sylvie + 1 président seront présents lors de la réunion avec GDF le ~~15 juillet~~ 10 juillet

Les objectifs de la journée

9H30



1. Prendre les **nouvelles du Réseau**

10H30



2. Fêter et apprendre des **actions menées au 1^e semestre**

12H30



3. **Echanger** de manière informelle sur nos projets et stratégies individuels

14H00



4. Se projeter sur **l'avenir à court et moyen terme**

Vision partagée autour du RITA

Les couleurs retenues :



Couleur représentant **l'organisation** du réseau et la **data**



Couleurs représentant les membres du RITA, **les personnes** qui composent le collectif



Les valeurs du RITA et sa personnalité :

Connaissance
RIGUEUR Joyeuse Réfléchie
Coopération **CHALEUREUSE**
Sens **COLLABORATION** Évolutive
PROJECTION **ORGANISATIONNELLE**
Expertise Réflexion Structurée Sérieuse
DYNAMIQUE

Vision partagée autour du RITA

Verbatim – « Quelle est votre vision à long terme du RITA »

« Je le vois comme un écosystème qui a encore de beaux jours devant lui, plus que jamais les OT et ADT doivent travailler en étroite collaboration pour avancer sur des dossiers structurels. Chaque membre de ce collectif participe à la réflexion qui vise à renforcer la notoriété de sa destination et de la destination Ariège. »

« j'imagine qu'il va prendre de plus en plus de poids au fil des années. Des partenaires (privés, institutionnels etc.) engagés et investis au sein du réseau avec une animation active et des projets qui mènent vers des résultats impactant pour l'ensemble du territoire. »

« Poursuivre sur le même rythme nos échanges dans le cadre des cotech et copil pour travailler ensemble à l'amélioration du RITA. »

« L'entraide, le partage, continuer dans un groupe de travail »

« Que le RITA soit d'abord le réseau des OGD ariégeois, qu'il ne soit que le bras opérationnel sur le sujet de la data d'une stratégie d'ensemble OTs + ADT. »

Le RITA a son identité visuelle !



Logo primaire

RiTA
Réseau d'Information Touristique
Ariégeois

Variation du logo



Décomposition



Les membres administrateurs du RITA :
- 6 Offices de Tourisme
- L'ADT

Travail collaboratif autour d'objectifs communs

Palette de couleurs

Couleurs primaires

- #15385F
- #EF7B2F
- #E62B4C

Couleurs secondaires pour supports de communication

- #5790CC
- #F2F2F2
- #E5889F

Typographies

TITRE
Montserrat SemiBold

Sous-titre
Montserrat Medium

Corps de texte
Nunito Light

Abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

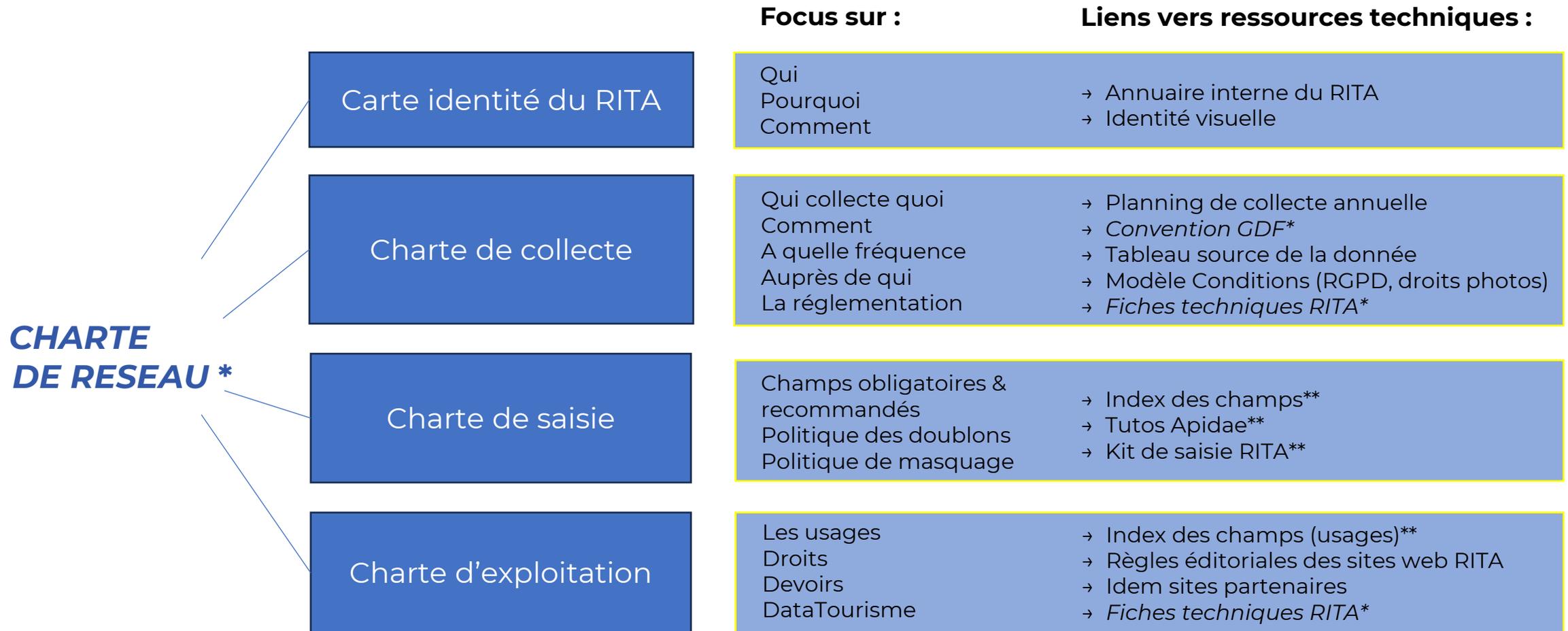
Abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

Abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

Mockup



Où en est-on de la charte de réseau ?



* En cours

**A compléter selon avancée des thématiques traitées

Appropriation lors des journées en OT /des formations, des commissions et cotech



2024

CHARTRE DU RESEAU

D'INFORMATION TOURISTIQUE ARIEGEOIS



01 CARTE D'IDENTITE

Le Réseau d'Information Touristique Ariégeois ?

Un dispositif collaboratif associant :

- les **6 Offices de Tourisme du département et l'Agence de Développement Touristique** en tant que « Membres Administrateurs »,
- d'autres acteurs touristiques publics et privés en tant que « Membres Contributeurs ».

Sa raison d'être



Renforcer l'attractivité des destinations composant l'Ariège et nourrir les stratégies de développement local et départemental.

Ses missions

Stratégie collective > Collecte et qualification > Exploitation

01 Stratégie collective

Il s'agit de réfléchir collectivement aux enjeux et aux actions propres à les relever, dans le but de :

- disposer d'une vision globale de l'offre touristique territoriale à même de construire des stratégies et actions pertinentes à destination de l'offre et de la demande.
- de définir et mettre en œuvre la politique d'enrichissement de la donnée et de sa diffusion
- de mobiliser les ressources nécessaires à leur application.

02 Collecte et qualification

- Recenser l'offre touristique de l'Ariège.
- En optimisant les moyens humains dédiés en évitant la ressaisie de l'information.
- En garantissant la qualité de la donnée, tant en fiabilité, qu'en fraîcheur et en traçabilité, en sourçant l'information auprès de l'opérateur le plus qualifié.
- En assurant la pertinence de la donnée par la complétude d'informations délivrées par un ensemble d'acteurs qualifiés.

02 CHARTE DE COLLECTE

Qu'y trouve-t-on ?

Les réponses aux questions suivantes :

- qui collecte quelle donnée ? qui est responsable de la donnée ?
- par quel biais est collectée et mise à jour la donnée ?
- quand et quelle fréquence ?
- quelle garantie de fiabilité, fraîcheur, exhaustivité, cohérence avec la réglementation légale ?
- que collecte-on ?

Les engagements du collecteur

Le collecteur est considéré comme responsable de la donnée saisie dans Apidae. Il se porte garant d'une information :

- ① **Actualisée** : au moins 1 fois par an
- ② **Fiable** : auprès de la source la plus habilitée
- ③ qui tend à être **Exhaustive** :
 - tous les hébergements touristiques professionnels existants,
 - tous les prestataires touristiques connus ou adhérents à l'OT (3 OTs sur 6 fonctionnent avec adhésion)
- ④ **Qualifiée et normalisée** : doit correspondre à la charte de saisie pour être exploitable par chaque membre du réseau et ses partenaires
- ⑤ **Sans doublon**



Le planning de mise à jour 2024

Les collecteurs directs

Ce sont ceux qui saisissent directement dans Apidae. Ce sont les garants de la qualité de l'information sur l'offre touristique départementale. Ils ont donc un rôle d'alerte par rapport à la fiabilité de l'information. Pour ce faire, ils définissent et mettent en œuvre des actions pour en améliorer la qualité.

01. Les Offices de Tourisme

Les **OTs** sont les premiers sourceurs de la base de données départementale. Ils collectent les données dans le périmètre de leur territoire de compétence, auprès des :

- Prestataires d'activités touristiques,
- Propriétaires et gestionnaires d'hébergements touristiques,

03 CHARTE DE SAISIE

Objectifs

La charte de saisie est un outil fédérateur du Réseau d'Information Touristique Ariégeois, qui a pour vocation de faciliter le travail entre les membres et de permettre un usage de la base de données optimisé.

En apportant une cohésion globale à l'ensemble des données, un cadre clair et précis de travail, **la charte de saisie garantit :**

- **l'homogénéité et la fiabilité des données,**
- **une recherche interne efficace,**
- **une exploitation performante,**
- **l'efficacité de l'organisation du collectif RITA.**

Champs obligatoires / recommandés / inutiles

La charte de saisie du RITA se base sur un **référentiel** d'informations touristiques à collecter a minima. Ces règles sont composées d'invariants applicables à toute Offre Touristique, mais aussi d'un référentiel propre à chaque typologie d'Objet Touristique.

Ceux-ci ont été définis par le Comité Technique RITA. Il est amené à évoluer en fonction de l'avancée des travaux collectifs thématiques et l'évolution des usages en vigueur.



L'index détaillé des champs

Qualifier les offres touristiques avec au minimum :

- L'entité juridique gestionnaire
- La ou les éléments de typologie (type d'hébergement, catégorie de patrimoine, ...)
- Une photo et son crédit
- La géolocalisation validée manuellement
- Un moyen d'information (tél, mail, site web)
- Le classement Atour France, labels, agréments si existants
- Une période d'ouverture
- Un tarif (si payant)
- Les capacités des hébergements

04 CHARTE D'UTILISATION

Objectifs

Il s'agit de favoriser les usages tant quantitatifs que qualitatifs, tout en se garantissant d'une exploitation des données collectées en conformité avec la législation en vigueur.

Une base de données, de multiples usages

01 Diffusion à des fins de promotion touristique

L'information touristique a vocation à être diffusée sur :

- de multiples canaux de communication : **accueil en office de tourisme, sites internet, appli, bornes interactive, brochures, salons, ...**
- des membres du **RITA**, de ses **partenaires** (CRTL Occitanie, Agence des Pyrénées, SESTA, ...), des **socio-professionnels** ariégeois, de **diffuseurs privés** (appli **outdoor**, l'Officiel du thermalisme, sites de sorties locales, ...)
- dans le respect des règles suivantes :

PEUT :

Les **membres du RITA** ont entière liberté d'utilisation de l'ensemble des données d'information touristique de l'Ariège saisie sur le SIT, **pour leurs propres actions** d'information, de promotion et de renseignement du client.

Partenaires et socio-pro peuvent bénéficier des informations de la base et alimenter leur propre support dans **l'objectif de mettre en valeur l'offre touristique** du territoire.

[Schéma]:



Règles éditoriales des sites web du RITA

02 Appui à l'ingénierie du tourisme

|

NE PEUT PAS :

La donnée du SIT ne peut en **aucun cas** être exploitée dans un but de **démarchage commercial**.

La donnée du SIT ne peut être utilisée par **un tiers** sans la signature d'une **convention** avec le RITA. Celui-ci définit l'usage qui est fait de l'information ainsi diffusée par ce tiers et du respect des lois et règlements en vigueur.

La minute Apidae !



SCIC SA

Les animateurs départementaux

Depuis 2023 :

- **Internalisation** des développements de l'outil
- **Nouveau directeur** : Frédéric Blavoux, issu du secteur des services numériques, a créé sa propre startup
- **Équipe restructurée** et renforcée autour de 2 pôles : équipe technique / équipe CSM, avec chefs de pôle
- **3/4 de l'équipe renouvelée**, recrutée non plus chez les institutionnels du tourisme mais dans les secteurs métiers dédiés : développeurs, chefs de projet, commerciaux
- **Réorganisation avec animateurs**, transparence sur roadmap et co-réflexion évo outil
- **Feuille de route ambitieuse** avec livraison régulière de petites et grandes évo

💡 **Budgéter évo annuelles !**

- Sous contrat pour réaliser la **hotline de l'outil** => gratuité pour clients (OTs, ADT, autres)
- **2 séminaires/an** sur 2 à 3 jours
- **Porte-parole** entre clients et entreprise
- Porte-parole des néo-arrivants dans l'ex-réseau Aura



La minute Apidae !

Rencontre avec Frédéric Blavoux

- Présentation des **perspectives de la SCIC**
- et des **10 axes stratégiques du SIT**
- Echanges autour des **enjeux du RITA et des membres** qui le compose

Save the date :
Le 11 octobre lors du
prochain CoPil



**Les actions coup de 
du 1^e semestre 2024**

Stratégie du RITA

RESEAU

DONNÉE

USAGES

Plan d'actions 2024

ENJEU 1 : RENFORCER L'ORGANISATION DU RESEAU

- Axe 1 : Faire collectif / Pérenniser notre **gouvernance partagée**
- Axe 2 : Clarifier les règles de notre **fonctionnement en réseau**

ENJEU 3 : DEVELOPPER & DIVERSIFIER LES USAGES

- Axe 1 : Nouvel outil de **statistiques de fréquentation touristique**
- Axe 2 : Utilisation à l'**accueil**
- Axe 3 : Optimiser nos **sites web**
- Axe 4 : **GRC pro** et adhésion
- Axe 5 : **Diffusion** sur sites partenaires

ENJEU 2 : FORTEMENT CONSOLIDER LA DONNÉE

- Axe 1 : Poursuivre les travaux sur l'offre **Hébergements**
- Axe 2 : Poursuivre les travaux sur l'offre **Itinéraires**
- Axe 3 : Débuter les travaux sur l'offre **Activités et Loisirs**
- Axe 4 : Débuter les travaux sur le contenu **Commercialisation** & l'offre **Tourisme d'affaires**
- Axe 5 : Améliorer les process de **mise à jour** de la donnée
- Axe 6 : Accompagner la **montée en compétences** des équipes
- Axe 7 : **Travaux nationaux** sur l'évolution de l'outil
- Axe 8 : **Travaux régionaux** sur la complétion de la donnée

Enjeu ① : Renforcer l'organisation du réseau

Axe 1 : Pérenniser notre **gouvernance partagée**

2024 EN CHIFFRES



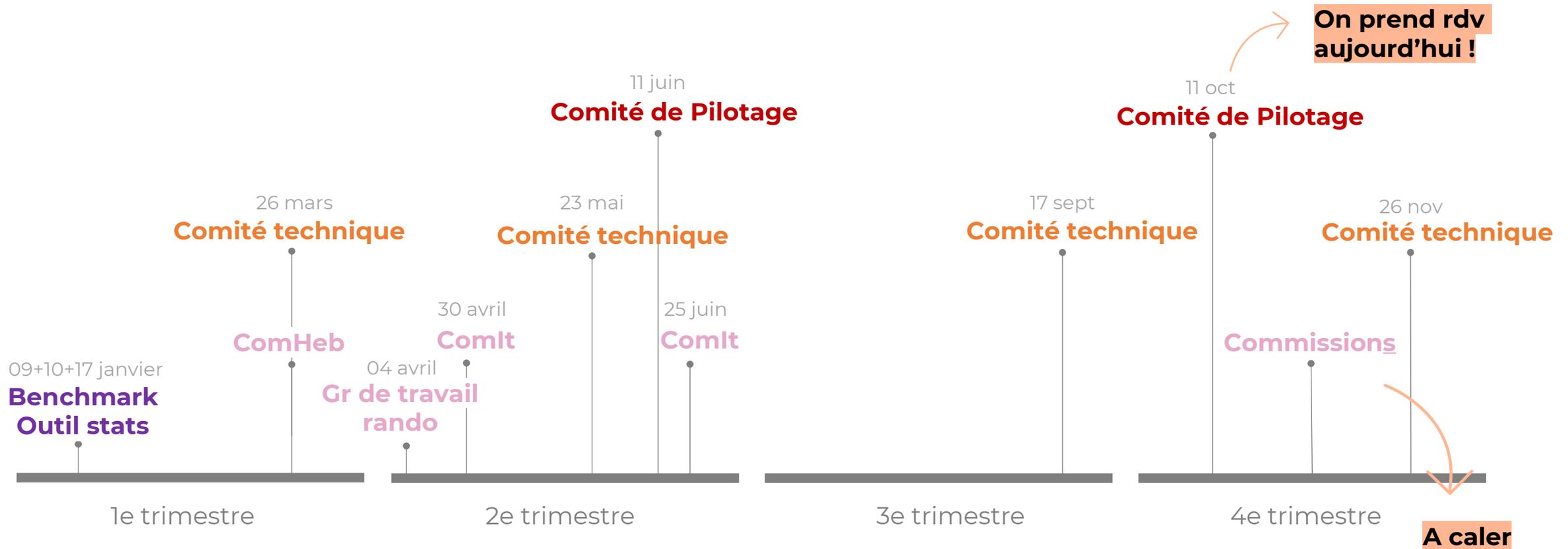
Légitime et en passe d'être ancré

100 % **des organes décisionnels et opérationnels** mis en place en 2023 sont actifs en 2024

70 % des dates de réunion connues **dès le mois de mars**

95% **taux de participation** au 1^e semestre

Axe 1 : Pérenniser notre **gouvernance partagée**



Axe 1 : Pérenniser notre **gouvernance partagée**

FOCUS SUR ...



Légitime et en passe d'être ancré

2024

Retour d'expérience de Mélanie



Ressentis sur le nouveau mode de fonctionnement

Mode de fonctionnement rodé

Adore travailler tous ensemble : bon groupe, motivant, rdv réguliers

Nécessaire de garder ces rdvs réguliers ainsi que ce rythme

Se retrouver en cotech permet de lever la tête, voir la vision globale du SIT, sortir la tête du guidon

Le réseau a pris un bon rythme

On prend vite de mauvaise habitude donc nécessaire de mettre en place des formations, journée thématique où l'on travaille ensemble

Planifier et anticiper permet aux ots de bien caler les choses et de se mettre d'accord

**10 minutes de pause
bien méritée ! ☕**

Enjeu ②: Fortement consolider la donnée

Axe 5 : Améliorer les **process de mise à jour** de la donnée



Plus à jour et mieux qualifiée

FOCUS SUR ...

Retour d'expérience d'Isabelle & Hervé



MAJ annuelle (et adhésion) avec OpenEdit

Hervé : outil appréciable en termes d'organisation

Important travail de MAJ sur toutes les Entités juridiques et les Ois en lien avant envoi des formulaires de MAJ aux socio-pro.

Bugs et besoin d'évolution : Hotentic très à l'écoute et réactif.

Outil très efficace par rapport à avant → très positif aussi pour les relances, réel gain de temps, plus serein.

Isa : Paramétrages longs, ont choisi de partir sur construction de leurs propres formulaires (au contraire d'OTC). Gros travail en 1^e année, automatisé par la suite.

Côté Apidae, la validation des outils Apidae Form ou OpenEdit n'est pas intuitive → sera l'objet d'une future évolution.

Les évolutions demandées ne sont pas payantes → participation des OT à l'amélioration de l'outil.

Julie : Quelles sont vos règles de validation? Hervé et Isa : tous les champs sont vérifiés (copyright, droit photos, ...). Certains champs ne sont pas modifiables par les prestataires.

Adhésion : Paramétrage plus poussé et complexe car différents types d'adhésion, différentes grilles tarifaires, notamment adhérents avec multi-activités.

Trois étapes pour dossier clos avec génération de facture : mise à jour entité + signature RGPD + adhésion → alourdit la démarche, n'ont pas encore collecté tous les adhérents.

Sylvie : avec recul : 1^e étape = MAJ des Entités / 2^e étape = envoi des cotisations / 3^e étape = envoi des MAJ des Ois

Souhaite aller vers le paiement en ligne.

Axe 5 : Améliorer les **process de mise à jour** de la donnée

2024 EN CHIFFRES



Plus à jour et mieux qualifiée

1^e **campagne avec OpenEdit** (mise à jour OTC, OTPA, OTPC / adhésion OTPA)

1 **bilan de la campagne 2024** (tout outil) lors de la Commission Hébergements de mars

Entre 40 et 70% **de taux de retours** selon les territoires

1 **rdv en visio avec Hotentic**, l'éditeur d'OpenEdit lors du CoTech de mai avec retours utilisateurs et demandes d'évo

1 **atelier dédié à l'amélioration des process** lors du CoTech de septembre

Axe 5 : Améliorer les **process de mise à jour** de la donnée

LA PLUS GRANDE DIFFICULTE



Plus à jour et mieux qualifiée



Le travail amont & aval

- Volumétrer le temps nécessaire aux paramétrages de tout nouvel outil
- La qualité de la base de contacts et des entités juridiques
- L'accompagnement des socio-pro

Axe 7 : Travaux nationaux sur l'évolution de l'outil

2024 EN CHIFFRES



Réseau national en bonne santé

4 **sujets majeurs** portés au niveau du réseau Apidae :

- Chantier **refonte de l'onglet Capacités** des hébergements : retard - livraison automne 2024
- **Evolution des modes de commercialisation Gîtes de France** et impact sur nos SIT et sites web :
Apidae SCIC accepte d'organiser une réunion entre GDF national et le réseau Apidae
- **Evolution des passerelles GDF et Clévacances** suite mécontentement animateurs et équipe technique : sondage de satisfaction sera envoyé aux utilisateurs en juin
(Si maintien des passerelles, quid du financement de leurs évolutions ? NB : L'Ariège ne paie pas d'abonnement à Apidae = ne participe pas financièrement au maintien des passerelles)
- **Faible RGPD** dans l'utilisation des contacts sur l'objet touristique et non l'entité juridique

Enjeu ③ : Développer et diversifier les usages

Axe 3 : Optimiser nos sites web

Axe 5 : Diffusion sur sites partenaires

FOCUS SUR ...



Fonctionnement
en éclaireurs

Valorisation de l'offre randonnée

Retour d'expérience d'Hervé



Travail en amont avec la comcom,

Avant : Fiche rando éditée sur edityourself d'après infos d'apidae puis intégrée dans apidae comme multimédia / Problématique : à chaque MAJ sur apidae, il faut régénérer un pdf et le mettre à jour sur apidae.

Avec cirkwi : diffusion des fiches rando sur appli Cirkwi + appli My Rando de la FFRP + édition d'un widget cirkwi intégré sur site web OTC → permet meilleure lisibilité des randos et édition à la volée de la fiche rando .

Contact avec la FFRP : pour diffusion sur appli My rando → a débouché sur travail de relecture des fiches rando et soulevé coquilles tracés gpx, ...

OTC a créé pont entre Cirkwi et Coq Trotteur pour évolution de la synchronisation des fiches rando aussi sur Coq Trotteur .

Axe 3 : Optimiser nos sites web

Axe 5 : Diffusion sur sites partenaires

2024 EN CHIFFRES



Fonctionnement
en éclaireurs

1 **groupe de travail** RITA & Conseil Départemental

- Enjeu 1 : fiabiliser la donnée aménageur (tracés, pas à pas) via une passerelle depuis l'outil du CD Géotrek
- Enjeu 2 : réaliser une étude comparative des 2 Système d'Info en vue de diffusion sur appli outdoor

1 site web proposant 2 nouvelles fonctionnalités : **l'édition de topo à la volée + la consultation sur des applis outdoor** (OTC)

1 nouveau **partenariat de diffusion** avec la FFRP (OTC)

Julie :

Le groupe de travail a reçu une réponse claire sur le fait que le CD ne s'investit pas dans l'animation de la saisie des comcom des randos dans geotrek.

→ Ne plus attendre une saisie dans geotrek pour récupérer donnée aménageurs, ni pour diffusion des randos sur les appli outdoor.

→ Discussion entre ot/comm plus que nécessaire, notamment sur leur souhait de diffuser tel ou tel itinéraire.

Axe 3 : Optimiser nos sites web

Axe 5 : Diffusion sur sites partenaires

LA PLUS GRANDE DIFFICULTE



*Fonctionnement
en éclaireurs*



- Disposer des données « aménageurs »
 - Qui plus est fiables !

**Les loupés 🥲
du 1^e semestre 2024**

Axe 6 : Accompagner la **montée en compétence** des équipes

2024 EN CHIFFRES



Un outil encore sous-exploité

- ✓ 1 **formation** sur l'offre Activités et Loisirs en visio (11 participants) => article aide en ligne Apidae
- ✗ 0 **journée en OT/ADT au 1^e semestre malgré tentatives animatrice réseau et référents**

BESOINS PRIORITAIRES

- Recherche intuitive : *en dehors territoire, par zonages personnalisés, recherche autour, ...*
- Recherche avancée : *export excel pour analyse et suivi entre services, veille qualité, fiches masquées, ...*
- Nouveau fonctionnement du réseau
- Charte de réseau et ses ressources

Axe 6 : Accompagner la **montée en compétence** des équipes

FOCUS SUR ...



Un outil encore sous-exploité

2024

Les enjeux de l'OT Pyrénées Ariégeoises

Retour d'expérience de Sylvie



Pas d'utilisation d'Apidae en front office à l'accueil, Roadbook : pas d'acquisition à l'accueil – seulement back office.

Volonté de mise en place d'outil pour rechercher à l'accueil + besoin appropriation recherche avancée.

Effet de bord des outils numériques VS éditions : plus de relecture, pas de contrôle du contenu envoyé : trouver parade.

-> Dédier du temps pour des ateliers : 2 demi-journées par an ou journée entière (1 « journée en OT/ADT » x 7 entre 2e semestre 2022 et 1e semestre 2023).

Approbation du public. Anticiper longtemps à l'avance (janvier pour l'année), choisir des thématiques en avance.

Rappel Mélanie : en attendant, s'appuyer sur les webinaires Apidae.

Axe 6 : Accompagner la **montée en compétence** des équipes

LA PLUS GRANDE DIFFICULTE



Un outil encore sous-exploité



Besoin de mobilisation des directeurs

Pause ! On reprend des forces 🥗

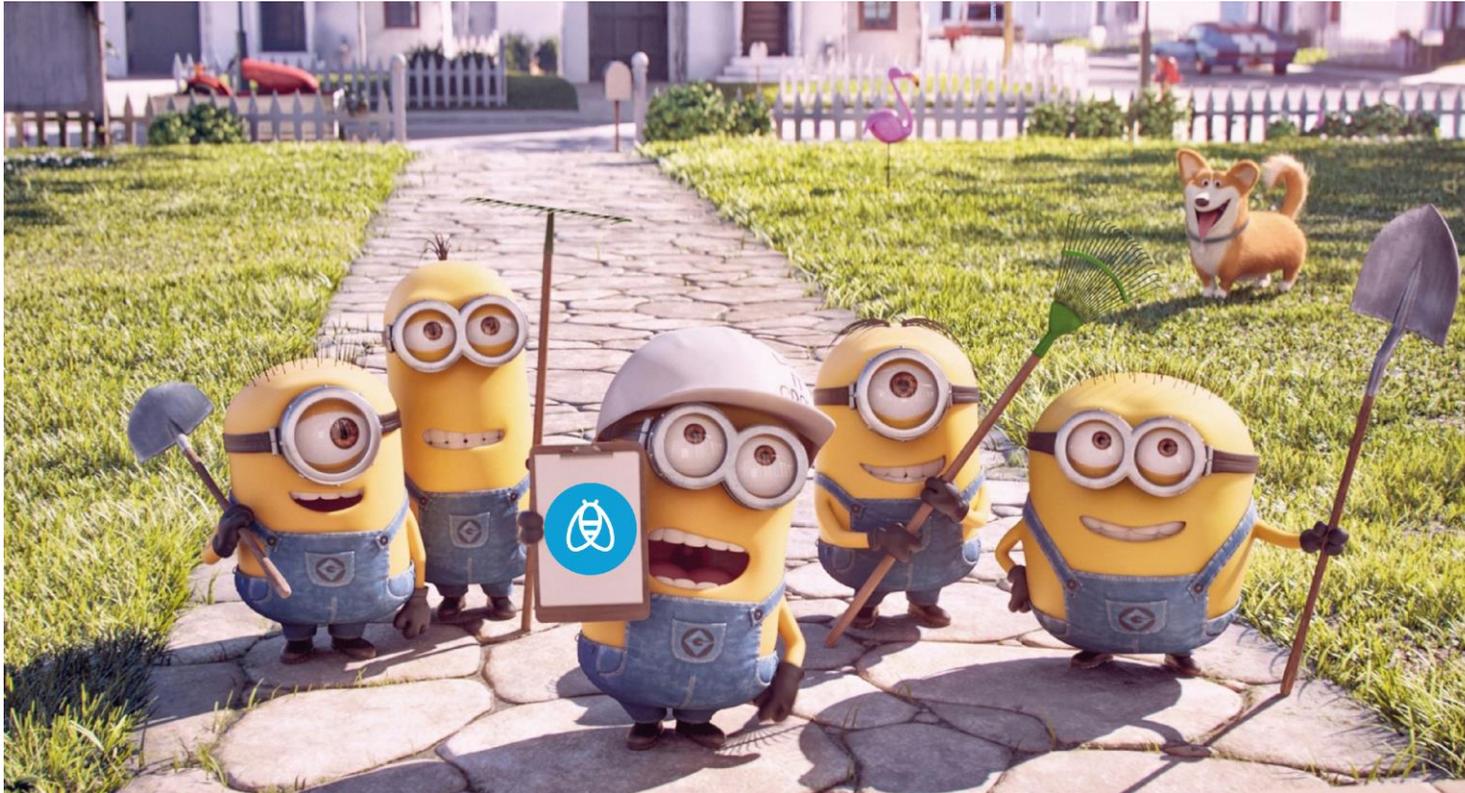


Buffet locavore par Christelle Record, l'Épicerie d'Ici – Drive rural du Soulé
<https://www.foix-tourisme.com/commerces-services/lepicerie-dici-drive-rural-du-soule/>

Coup de projecteur sur les actions du 2^e semestre

Quizz !

Parmi ces sujets, lesquels seront au programme du **2^e semestre** et ont besoin de **mobilisation des équipes de saisie** ?



<https://quizz.net/Q/?XCWDBU>

Quizz !

- **Réaliser une opération commando sur les Capacités (a minima les classées)**

⇒ Oui ! Avec **seulement 7 à 24 % de l'offre renseignée**, comment fait-on pour publier les super rapports d'Edwige ?

- **Repasser sur toutes les Entités Juridiques et les Contacts**

⇒ Oui ! Déjà évoqué en septembre 2023, **l'expérience d'OTPA** dans la mise en place du nouvel outil d'adhésion cet hiver le confirme.

- **Supprimer 90% des Contacts des Objets Touristiques et les saisir sur les Entités Juridiques**

⇒ Oui ! Pour rappel, les infos saisies dans Contacts sont des **coordonnées directes, voire privées** et ne doivent pas être un doublon des Moyens de Comm. Attention toute donnée des Objets Touristiques est potentiellement **diffusée**.

- Elire Océane et Mélanie meilleurs couteaux suisse ariégeois

⇒ Avec le même engagement sur les réunions et les actions collectives que leurs camarades, mais comment font-elles ?

- Qualifier l'offre « recommandée par forte chaleur »

⇒ Non, c'est un exemple d'actions de qualification de l'offre, mais gardons-en pour 2025 ;-)

- **Réaliser une opération commando sur les labels et classement : compléter l'approche « MAJ des fiches des presta » par l'approche « MAJ thématiques »**

⇒ Oui ! C'est un exemple d'application de la logique de **collecter auprès de la source la plus qualifiée** : Atout France et les labels. De plus, le regard croisé micro (fiche à fiche) et macro (label par label) est la meilleure option pour **identifier les trous dans la raquette**.

La stratégie « rando » du réseau

1 Restitution du sondage

=> Découvrons nos **stratégies individuelles**

2 Clarification lexicale

=> De quoi parle-t-on par **l'offre rando** ?

3 Atelier participatif

=> Définissons ensemble les **objectifs 2024-2025 du réseau**



Restitution du sondage

Quelle est la place de la filière rando **dans votre offre** touristique ?



Attrait n°1



Pas n°1 mais important



Une offre touristique
parmi d'autres



Offre complémentaire pour
valoriser les atouts du territoire

Quelle est la place de la filière rando dans **votre stratégie** actuelle ?

Vecteur d'attractivité

Offres touristes en séjour

Offres aux habitants

Economie hyper locale

Aménagement du territoire

Transmission patrimoniale

Visibilité électeurs des comcom



Très important

Important

Quelle est la place de la filière rando dans **votre stratégie** actuelle ?

Vecteur d'attractivité

Offres touristes en séjour

Offres aux habitants

Economie hyper locale

Aménagement du territoire

Transmission patrimoniale

Visibilité électeurs des comcom



Très important

Important

Quelle est la place de la filière rando dans **votre stratégie** actuelle ?

Vecteur d'attractivité



Offres touristes en séjour

Offres aux habitants

Economie hyper locale

Aménagement du territoire

Transmission patrimoniale

Visibilité électeurs des comcom



Très important

Important

Quelle est la place de la filière rando dans **votre stratégie** actuelle ?

Vecteur d'attractivité

Offres touristes en séjour

Offres aux habitants

Economie hyper locale

Aménagement du territoire

Transmission patrimoniale

Visibilité électeurs des comcom



Très important

Important

Quelle est la place de la filière rando dans **votre stratégie** actuelle ?

Vecteur d'attractivité

Offres touristes en séjour

Offres aux habitants

Economie hyper locale

Aménagement du territoire

Transmission patrimoniale

Visibilité électeurs des comcom



Très important

Important

Quelle est la place de la filière rando dans votre stratégie actuelle ?

Vecteur d'attractivité

Offres touristes en séjour

Offres aux habitants

Economie hyper locale

Aménagement du territoire

Transmission patrimoniale

Visibilité électeurs des comcom



Très important

Important

Quelle est la place de la filière rando dans **votre stratégie** actuelle ?

Vecteur d'attractivité



Offres touristes en séjour



Offres aux habitants



Economie hyper locale



Aménagement du territoire



Transmission patrimoniale



Visibilité électeurs des comcom

Très important

Important

La stratégie « rando » du réseau

2 Clarification lexicale

Parler de l'offre Randonnée, c'est parler des **itinéraires** :

- À pied
- À vélo de route
- A vtt
- En raquettes à neige
- A cheval
- Etc
- À la journée
- En itinérance
- Labellisés (GR, GTVTT, ...)

Mais aussi des **services associés** :

- Les accompagnateurs
- Les loueurs et réparateurs de matériels
- Les hébergeurs, restaurateurs
- Les services pratiques
- Les séjours
- Des labels (Accueil Vélo, ...)

3 Selon vous, quels devraient être les **objectifs du Réseau pour 2024-2025** ?

Booster la visibilité de l'offre

Faciliter la pratique

Favoriser la commercialisation de l'offre

Produire des outils d'aide à la décision à destination de partenaires

Rendre attractif le contenu

Segmenter et thématiser

Fiabiliser la donnée aménageurs

RiTA

RiTA

RiTA

RiTA

RiTA

RiTA

RiTA



Priorité 1

Priorité 2

Plus tard

Non

La stratégie « rando » du réseau

3 Les objectifs 2024-2025 autour de l'offre rando pédestre (itinéraires et services associés)

Priorité 1

Fiabiliser la donnée aménageurs

Booster la visibilité et la séduction

Rendre le contenu attractif

Segmenter et thématiser

Priorité 2

Faciliter la pratique

Prochain CoPil

Quand : **vendredi 11 octobre 2024**



Sujets abordés :

- **Bilan & apprentissage du déploiement en OT et chez les sociopro de Coq Trotteur**
- **Saisie et exploitation des non-adhérents : réflexion OTs – ADT – CRT**
- **Stratégie Apidae scic et développements de l'outil + échanges stratégie RITA
avec Frédéric Blavoux**
- **Plan d'actions 2025**
- **Budget évo sites web**

Merci pour votre présence !

Ressources :



Tous les comptes-rendus des CoPil du sont [ici](#) !