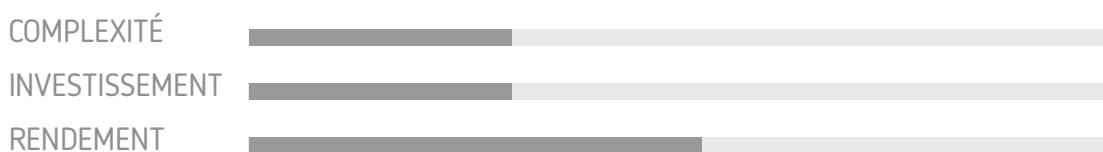


L'envers du décor

Actif

CARACTÉRISTIQUES DU CONCEPT



TENDANCES



CONCEPT

Organiser une visite pour découvrir ce qui se passe derrière la scène. Ceci est une idée pour une attraction (musée, parc d'attraction, ...) qui cherche à attirer des visiteurs en basse saison, une période avec moins de touristes. Mais c'est également à envisager pour des producteurs du terroir, une entreprise locale, une brasserie, une ferme d'élevage, le port, ...

GROUPE CIBLE

Un concept pour tous les touristes de passage. Plutôt à envisager hors-saison.

ELÉMENTS NOVATEURS

Il s'agit d'une différente offre par rapport à l'offre traditionnelle. Elle permet de valoriser des moments creux et une connaissance qui n'est pas apparente pour le touriste en temps normal.

Besoins auxquels on répond

TENDANCES

Le besoin de découverte : savoir ce qui se passe vraiment dans les coulisses et comment l'expérience de la visite normale est réalisée en pratique. Ce type de découverte donne une satisfaction, un épanouissement, aux touristes qui aiment des choses hors du commun, hors des sentiers battus.

L'argument principal de cette idée est de créer une forme de privilège : je peux voir ce que les autres touristes ne voient pas. Je suis un/e initié/e.

Si la visite est à l'intérieur, il s'agit d'une activité à offrir un jour de mauvais temps.

Spécifications pour la mise en œuvre potentielle

- Considérer des moments comme un plus, aussi bien pour l'organisateur que pour le touriste (le soir, tôt le matin, ...).
- Voir comment impliquer les visiteurs : mettre la main à la pâte, plutôt que d'être juste observateur, envisager la co-création comme faisant partie de la visite. Un exemple est de faire le produit ensemble, plutôt que d'expliquer le processus, ou de tester de nouvelles recettes, emballages, concepts de visite même.
- La passion pour le métier est une condition de succès.

Qui peut prendre l'initiative / quels partenariats?

Toutes sortes d'attraction / musées peuvent organiser ce genre de visites : des parcs animaliers, parcs à gibier, des producteurs de produits du terroir, fermes, artisans, industries et entreprises locales (comme une pisciculture, pépiniériste, bûcheron, débardeur, ...).

Des partenariats sont possibles avec des guides nature, qui pourraient accompagner une partie de la visite (en cas de lien avec la nature).

Un partenariat est possible également avec des associations locales qui peuvent organiser ce type de visite aussi bien pour leurs membres, que comme moyen pour se créer un revenu en offrant et accompagnant des touristes. Des prestataires offrant un logement sont un canal de distribution pour atteindre les clients potentiels, comme l'est d'ailleurs l'office du tourisme.

Quelle **valeur ajoutée** pour les entreprises et leurs partenaires ?

- Une activité en basse saison
- Un revenu additionnel
- Des services vers des groupe-cible plus difficile à atteindre, qui se déplacent pour ce type d'offre plus exceptionnelle.

Leviers

- La plus grande disponibilité durant la basse saison : il faut avoir le temps pour organiser ce type de visite.
- Des partenariats potentiels avec l'office du tourisme, entre entreprises et entre entreprise et associations.

