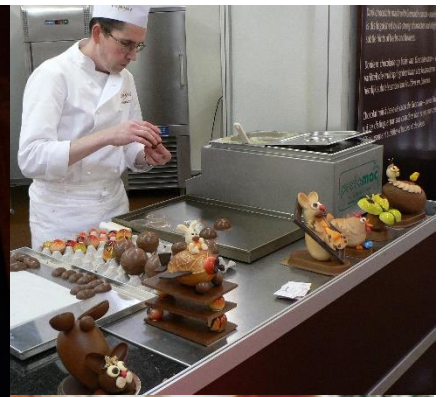
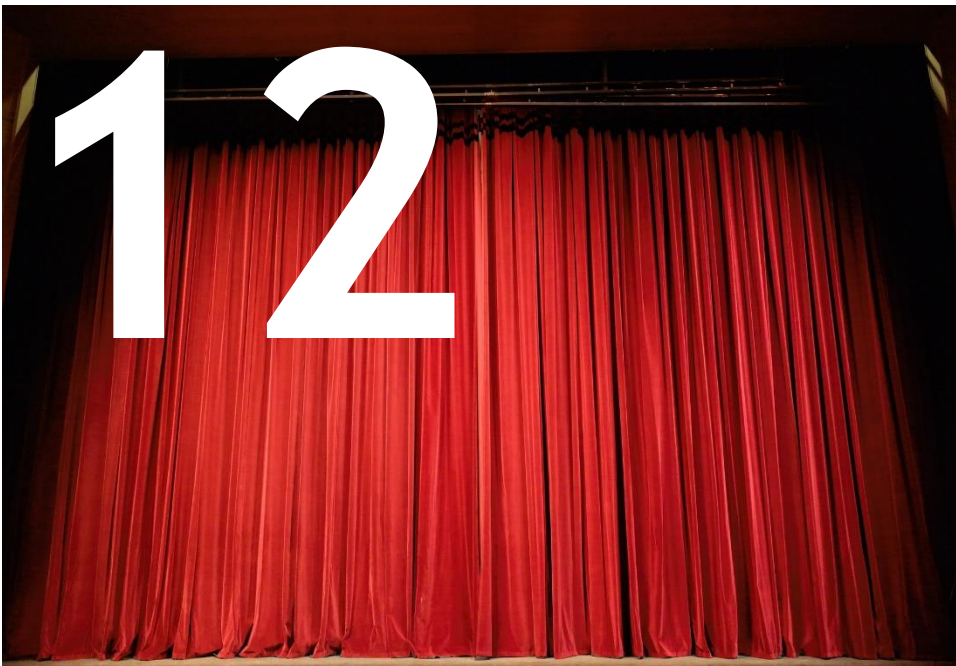


# 12



## L'envers du décor

Actif



### CARACTÉRISTIQUES DU CONCEPT



### CONCEPT

Le concept permet au public de découvrir l'activité d'un artisan, les cuisines d'un grand restaurant ou une structure culturelle (musée, théâtre, ...). La mise en place de cette action chez des producteurs, une entreprise locale, une brasserie etc. est particulièrement appréciée par les visiteurs en quête d'expériences et de découverte de savoir-faire. Aussi, l'activité particulièrement adapté pour développer l'activité en hors saison.

### GROUPE CIBLE

Un concept pour toutes les clientèles touristiques de passage.

### ELÉMENTS NOVATEURS

Il s'agit d'une offre complémentaire de l'offre traditionnelle. Elle permet de créer de l'activité en hors saison et permet aux clientèles de découvrir un métier, une activité, une structure non accessible au public pendant la saison touristique. Enfin l'offre valoriser des savoir-faire et des produits de la région concernée.

## Besoins auxquels on répond

Ce type de visite permet de créer du lien entre le visiteur et le prestataire, cela répond également à un besoin de découverte. Au travers de la visite, le visiteur peut découvrir des recettes de fabrication, comprendre un métier. Une démarche qui lui permet de vivre une expérience et d'être en immersion dans un univers.

## Spécifications pour la mise en œuvre potentielle

- Sélectionner des moments intéressants et réalistes, aussi bien pour l'organisateur que pour le touriste (le soir, tôt le matin, le week-end, le mercredi ...).
- Voir comment impliquer les visiteurs afin de lui permettre d'être acteur de la visite plutôt que simple observateur. Envisager la co-création comme un élément de la visite (préparer une recette, participer à une étape de fabrication etc.).
- La passion pour le métier est une condition de succès.

## Qui peut prendre l'initiative / quels partenariats?

Toutes sortes de structures / musées peuvent organiser ce genre de visites : des parcs animaliers, des producteurs locaux, fermes, artisans, industries et entreprises locales (comme une pisciculture, pépiniériste, ...).

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 pour leurs membres.

Les hébergeurs et les offices de tourisme sont des relais de diffusion intéressants.

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

- Permet de développer une activité en basse saison
- Créer un revenu additionnel issu des visites et la vente potentielle de produits
- Offre des services à destination de groupes-cible plus difficile à atteindre, qui se déplacent pour ce type d'offre.

## Leviers

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

