

28/02/2022

2022 : CAP SUR UN TOURISME SLOW, PROCHE ET ACCESSIBLE

Après une année touristique 2020 courte et perturbée, 2021 a redonné des couleurs à la Gironde. Les touristes français ont ainsi compensé le manque de la clientèle étrangère, toujours fébrile, notamment sur les marchés lointains. Il est tout de même intéressant de noter quelques changements de comportements en lien avec la crise sanitaire mais aussi la problématique du pouvoir d'achat. Alors en 2022, comment capter ces touristes à la recherche de grand air, de nature ?

4 PILIERS, MARQUEURS DU TERRITOIRE

La stratégie de promotion de la Gironde repose sur 4 grands axes stratégiques :

- Le slow, à travers le lancement, en mai 2022, d'une grande campagne vélo sur 3 ans ;
- Le patrimoine, via les Iconiques en Gironde, des "incontournables" qui invitent à découvrir l'ensemble des trésors du département ;
- Le vignoble, ADN différenciant du territoire et identitaire ;
- L'écotourisme, qui infuse les trois autres marqueurs.

À travers ces marqueurs forts, l'objectif est de promouvoir un tourisme durable (accessibilité physique et économique, tourisme social et solidaire), sous toutes ses formes, en direction du grand public, mais aussi des professionnels du tourisme, que Gironde Tourisme accompagne toute l'année. Il est donc indispensable de qualifier et diversifier l'offre, mais aussi de proposer un tourisme 4 saisons, chacune des saisons étant une facette de la Gironde à expérimenter. Pour illustrer cette diversité, Gironde Tourisme lancera des campagnes de promotion, à chaque période de vacances scolaires, avec des cibles de clientèles adaptées à la période de fréquentation :

- Printemps / Patrimoine
- Été / Slow
- Automne / Famille
- Hiver / Sports



La promotion grand public s'applique à faire valoir les pépites inconnues, les richesses insoupçonnées, et à inviter le visiteur - voyageur à se perdre dans les terres girondines. Les clientèles françaises situées à environ 3h de Bordeaux seront particulièrement ciblées : la proximité est en effet le fer de lance de Gironde Tourisme, et ce bien avant la crise sanitaire. Sur les marchés étrangers, là aussi, la proximité prévaut, avec des actions prévues en Belgique, Allemagne, Pays-Bas, Royaume-Uni et Espagne.

UN TOURISME DE QUALITÉ ET NON DE QUANTITÉ

L'accompagnement des professionnels permet, entre autres, de qualifier l'offre pour proposer une sélection qualitative et toujours plus sensible aux enjeux environnementaux. Les labels Tourisme et Handicap, NF environnement, illustrent cette démarche vers un tourisme bienveillant, pour les clients comme pour l'environnement. L'essence de l'action en direction des professionnels étant d'accompagner les acteurs du territoire en les conseillant, en s'appuyant sur le réseau touristique girondin pour impulser une dynamique vertueuse et collective.

C'est dans cette perspective de travail commun, de co-construction et de concertation que sera d'ailleurs dessinée la future feuille de route touristique pour les années à venir. La production est actuellement en cours, associant les publics girondins, les institutionnels, les partenaires sur le territoire.

En parallèle et afin de reconnaître pleinement la proximité comme premier levier d'attractivité, une réflexion collective est engagée pour réfléchir à faire des Girondins des ambassadeurs, prescripteurs de l'offre auprès de leurs familles et amis, qui se verraient récompensés par des accès ou tarifs privilégiés aux visites touristiques.