



COLLOQUE

RÉUSSIR LE TOURISME DURABLE

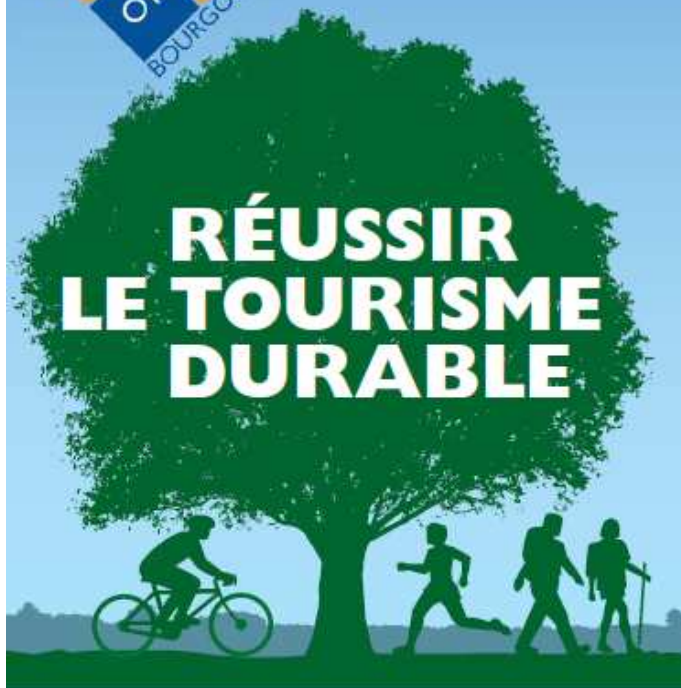
14 Décembre 2010
FROTSI BOURGOGNE
- Vitteaux -



COLLOQUE



RÉUSSIR LE TOURISME DURABLE



 **TOURISME VERT,**
ECOTOURISME 
ET TOURISME CITOYEN

 **Mardi 14 décembre 2010**
à Vitteaux (Côte d'Or) 





TOURISME VERT ET ECOTOURISME



TOURISME VERT ET ECOTOURISME



LES STATIONS VERTES DE VACANCES

Philippe BERNEZ

Fédération Nationale des Stations Vertes





Station Verte

**un label touristique « nature »
au service des territoires**

Philippe BERNEZ

Directeur

Fédération Française des Stations Vertes de vacances et des Villages de Neige

philippe.bernez@stationverte.com



Sommaire

- **Présentation du label**
- **Qu'est ce qu'une "Station Verte" ?**
- **Et les adhérents ?**
- **Plan d'actions de communication 2010**
- **Les projets pour 2011**



Présentation du label

- ⇒ Un label touristique national créé en 1964 et géré par une Fédération nationale (statut : association Loi 1901)
- ⇒ Pour quoi ? Rassembler et faire connaître des destinations françaises de « vacances dans les territoires de nature »
- ⇒ Missions :
 - contribuer au développement économique des territoires et à la structuration de l'offre touristique
 - représenter des communes de petite taille au plus haut niveau national
 - promouvoir ces destinations auprès des clientèles

→ Le tourisme rural représente le tiers de la fréquentation touristique française (Chiffre 2005 - Direction du Tourisme)



2006-2007, Station Verte prend un tournant

- ⇒ Réaffirmation du positionnement marketing de « **réseau référent des destinations nature** »
- ⇒ Adoption d'une **nouvelle identité visuelle, d'une stratégie de communication offensive et d'une signature éloquente** : « **La Nature énergie vitale** ». Ce postulat conforte le positionnement résolument « nature » de Station Verte et pose cet univers comme source essentielle de bienfaits pour l'Homme et son équilibre présent et à venir.
- ⇒ Renforcement de la démarche qualité avec **l'adoption de 20 nouveaux critères pour enrichir le référentiel**
- ⇒ Mise en ligne d'un nouveau portail Internet www.stationverte.com, avec pour objectif de **donner des clefs de lecture plus précises de l'offre des 600 stations**

→ *Prise de conscience de plus en plus forte, depuis le milieu des années 1990, d'un marché du tourisme en pleine croissance mais où la demande des clientèles est extrêmement versatile.*



2008-2009, préparer le nouveau Schéma directeur

Deux enjeux essentiels pour la mandature 2009-2013 :

- **Veiller au respect de la charte de qualité Station Verte, en multipliant les actions au plus près du terrain**
>>>> visite de 100 à 120 stations par an à travers des réunions de terrain et des diagnostics personnalisés / recrutement d'un Animateur Réseau
- **Accroître notre visibilité et la pertinence de notre communication** grâce aux campagnes annuelles d'achats d'espaces publicitaires qui invitent à découvrir nos destinations sur le portail www.stationverte.com .



5 axes stratégiques :

- un travail de fond pour parvenir à un concept différenciant basé sur une veille prospective et experte ainsi que des partenariats,
- l'affirmation de la Fédération comme un acteur du développement touristique national sur le chantier du tourisme vert à vocation durable,
- une application des Vivas étendue,
- un renforcement du travail de mise en marché sur le site Internet,
- un développement de la notoriété

3 Commissions de travail constituées de membres du CA :

- **Classement / Contrôle / Prospective**, présidée par Hugues AGUETTAZ,
- **Promotion / Communication**, présidée par Raymond MASSIP
- **Réglementation et Animation**, présidée par Yves COURTOT



Qu'est-ce qu'une "Station Verte" ?

Une « destination touristique » est un territoire délimité géographiquement, aménagé (équipements et prestations touristiques), doté d'une identité spécifique et mis en marché

Une « Station Verte » est une destination touristique qui répond à 3 attentes des clientèles :

- **Nature** (ressourcement) : la nature comme une réponse au besoin de ressourcement et d'énergie (cf. baseline « la nature, énergie vitale »)
- **Qualité** (confiance) : un référentiel de 20 critères obligatoires est venu enrichir la charte de qualité des Stations Vertes + les promesses
- **Identité** (authenticité) : phare permettant d'accueillir les touristes sur un territoire doté de ses propres spécificités (culture, traditions, patrimoine...)

Quel tourisme de demain pour les Stations Vertes ? : un des enjeux du devenir du label Station Verte sera de faire émerger une offre de « tourisme durable » par ailleurs déjà existante dans des stations localisées. Objectif : conforter l'engagement historique de notre marque pour une éthique citoyenne et pour la protection des patrimoines naturels dans les territoires.



Aujourd'hui...

Le réseau

- **552** Stations Vertes, soit le réseau de référence des destinations Nature
- **87** départements couverts : un maillage national, représentatif et historiquement enraciné
- **60 % des Stations < 2 000 hab.** : des séjours en villages ou petites cités
- **25 % des destinations dans un Parc Naturel**
- **9 Stations Vertes sur 10** se situent à moins de 200 km d'une aire urbaine de plus de 100 000 habitants : recours Nature aux portes des villes (tourisme de proximité)
- **Plus de 30 %** des Stations Vertes sont primées chaque année au Concours National des Villes et Villages Fleuris
- **500 000 lits touristiques**
- **660 000 emplois**

Définition

Une « Station Verte » est une destination touristique de loisirs et de vacances, une station organisée, offrant les services et les plaisirs attendus dans l'univers Nature.

- **86 % dans les territoires de campagne**
- **11 % à la montagne**
- **2,6 % à proximité des littoraux**
- **0,4 % en outre-mer**



D'ici 2020, être Station Verte, c'est....

- **associer et mettre en valeur l'humain** (respect des populations, des cultures, des patrimoines)
- **redonner du sens au développement économique** : le respect de l'environnement constitue le capital du développement touristique
- **prendre en compte les spécificités locales** propres à chaque destination touristique
- **s'appuyer sur un référentiel qualité fiable et contrôlé**
- **échanger des savoirs et des expériences**



Et les adhérents ?

>> Résultats d'une enquête interne d'appropriation du label (printemps 2010)

Objectif : analyser la perception des porteurs de la marque Station Verte

Une enquête très attendue par les Stations Vertes : 35,7% de taux de participation, soit 196 Stations Vertes ou 238 communes

Une fierté de porter le label

- 98% des adhérents confirment cette fierté
- Pour 75% des répondants, le label est bien voire très bien perçu localement
- Pour 72% des répondants, le grand public associe d'abord une Station Verte à un lieu de vacances dans la nature
- 93% sont satisfaits des partenariats mis en œuvre par la Fédération

Un potentiel fort d'animation du label

- 94% des stations pensent que le panneau d'entrée de commune est un signe indispensable de l'appartenance au réseau
 - L'animation de réseau = un réel besoin pour 89% des répondants
 - L'apposition du logo sur les supports est un réflexe à avoir pour encore 16% des stations
 - 1 référent sur 7 met à jour toutes les rubriques de la fiche et à des intervalles satisfaisants (moins de 1 an), soit 14% des répondants
-
- **Les atouts touristiques des stations confirmés**
 - 50% des OTSI renseignent plus de 10 000 personnes par an (*comptoir, e-mail etc.*)
 - Accueil des clientèles étrangères : la langue anglaise utilisée dans 90% des stations, puis l'allemand (30%) et le néerlandais (25%)



Plan d'actions de communication 2010

Radio

- **Dotation de séjours pour l'émission « Petits secrets, grandes vacances » sur RTL**
- **Partenariat avec la radio AUTOROUTE INFO**
 - o Diffusion d'un spot radio de 25 secondes sur l'ensemble du réseau d'Autoroute INFO
 - o Bannière publicitaire sur les pages TOURISME et MAGAZINE 90/130 du site www.autorouteinfo.fr
 - o Suggestions de reportages dans une quinzaine de Stations Vertes avec 2 diffusions radio par semaine et diffusion aléatoire sur le site <http://www.autorouteinfo.fr/nos-reportages/tourisme-et-gastronomie>
 - o Plateau radio de 2h en direct du Congrès, le jeudi 14 octobre après-midi



Web

- **Participation à la campagne web multipartenaires Changez d'horizon, partez en France organisée par ATOUT FRANCE** : présence sur Le Monde.fr, Le Point.fr, Le Figaro.fr, L'Express.fr, etc. 6 stations valorisées : Oberhaslach (Alsace) / Le Chambon sur Lignon (Auvergne) / Combourg (Bretagne) / Senonches (Centre) / Vernet-les-Bains (Languedoc-Roussillon) / Séez (Rhône-Alpes)
- **Insertion publicitaire sur la quasi totalité des pages du site Balado.fr** renvoyant vers la page de résultats de randonnées sur notre site
- **50 locutions avec renvoi* vers notre site depuis la partie « Destinations » du site Le Petit Fute.fr** (* vers des pages de résultats précises, par exemple « *Séjours en famille au vert* », « *Idées de vacances nature et sportives* »)
- **Bannières dans 2 e-newsletters L'Internaute.fr Nature** (les 26/04 et 10/05) et *Week-end* (05/05 et 19/05)
- **Publi-rédactionnels sur le site internet vacances.com** : rédactionnel avec photo dans la rubrique dernières minutes en avril et mai et dans la rubrique bons plans en mai

Bannières publicitaires Station Verte





Fréquentation du site internet www.stationverte.com

Audience et taux de conversion mesurés avec l'outil de mesure Google Analytics

- **Fréquentation totale** (*mise en place de la mesure d'audience le 08/09/2008*) :
 - o 630 000 consultations uniques
 - o 840 000 pages vues
 - o 3,18 pages par visite
 - o 264 000 visites
 - o 00:02:04 temps moyen passé sur le site
 - o 51,10% de taux de rebond

- **1 station adhérente = 1 fiche-station, véritable site web tourisme à gérer par chaque Station Verte concernée**
 - o Un texte de présentation et vos coordonnées mis en avant
 - o Jusqu'à 6 photos sur la page d'accueil de la fiche-station
 - o Des rubriques diverses à mettre à jour régulièrement ↪
 - o Gestion autonome des commentaires et demandes des internautes via le bouton « Votre avis nous intéresse »



Éditions

- **2 numéros du magazine semestriel *Station Verte.com*.** Au sommaire : l'actu du réseau, des chiffres-clefs, des interviews, etc.
- **1 brochure « *Station Verte, un label qui avance* »* (4 000 ex.) et d'une chemise à rabats logotée (5 000 ex.).**
** > Téléchargeable via l'intranet de www.stationverte.com rubrique « Ressources documentaires »*
- **Création d'une e-newsletter professionnelle, « Experts Station Verte »,** envoyée aux adhérents et partenaires
- **Mise à disposition outils pour les adhérents : diaporama de présentation du label, « *10 conseils pour utiliser le label Station Verte au quotidien* », article pour les éditions de la municipalité, etc.**
> Intranet de www.stationverte.com, rubrique « Vie de la Fédération »



Multiplication de partenariats en 2010-2011

- **les villages vacances CAP FRANCE**
- **le voyageur en ligne La France du Nord au sud**
- **le réseau RANDO ACCUEIL**
- **le réseau d'hébergements dans la nature HUTTOPIA**
- **le réseau Bienvenue à la ferme**
- **le label international Clef Verte**

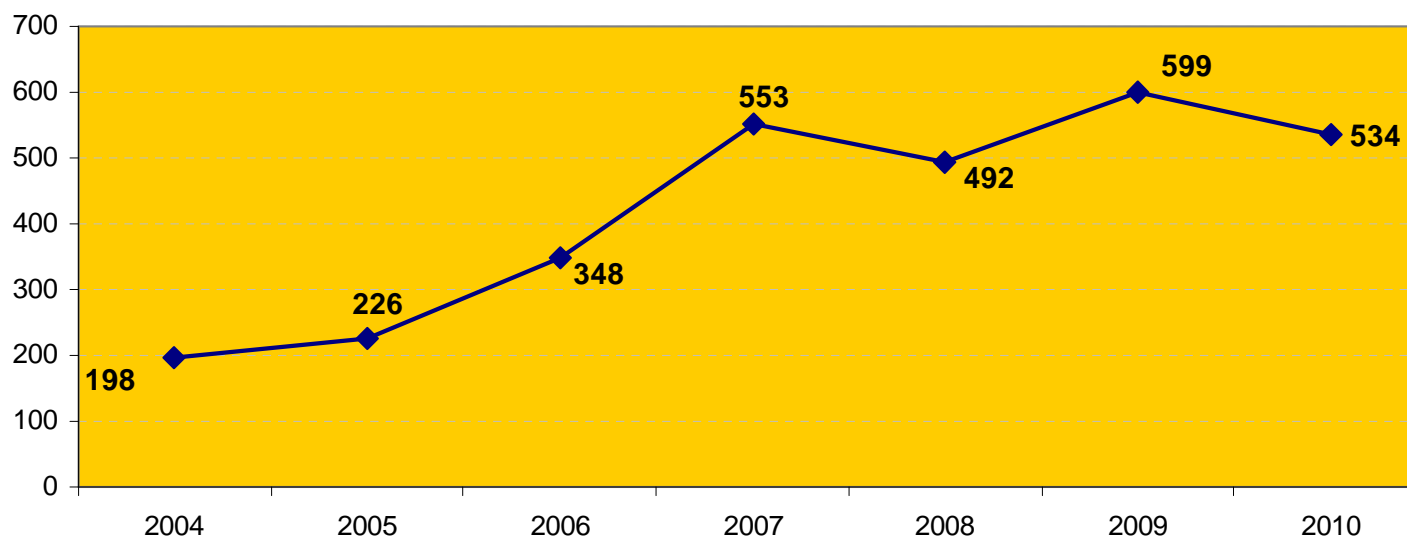


Relations presse

- **75 journalistes et rédacteurs inscrits à l'intranet presse via le site www.stationverte.com** : 30 Millions d'Amis magazine, Alternatives Economiques, Eurocampingcar, La Voix des Parents, Le Courrier des Maires, French Magazine, Le blog des loisirs et des bons plans pour la famille, etc.
- **10 sollicitations de journalistes pour des interviews et des informations** : Écologie pratique, Parents, Pays du Nord, Liberty TV, La Vie Nouvelle, Rustica, Autoroute Info, La Voix de l'Ain, La Lettre du Maire, Le Bien Public
- **Veille sur les retombées presse** : plus de 500 retombées sur les Stations Vertes (juqu'en novembre 2010) dans près de 200 supports >>> *depuis 2002, date de recensement des retombées médiatiques liées à ses communes adhérentes, le nombre de retombées a été multiplié par plus de 4*



Évolution du nombre d'articles mentionnant "Station Verte"



> Exemple de retombée médiatique : un reportage sur France 3 Alsace en juillet suite à la labellisation de Châtenois et Niederbronn les Bains

Burgogne - Vitteaux
14/12/2010



Projets 2011

- **Signature des conventions de partenariat**
- **Plan d'actions :**
 - Renforcement des actions en radio : poursuite de la campagne promotionnelle sur Autoroute Info, actions sur Virgin Radio et RFM, dotation séjours RTL
 - Poursuite des efforts de visibilité sur internet : voyages-sncf.com, e-newsletters *Week-end* de L'Internaute, actions avec lots mis en jeu en avec nos partenaires, concours photos sur notre compte facebook, etc.
 - Mise à disposition d'un plan d'actions locales pour les adhérents
 - Etc.
- **Évènementiel**
 - Salon du randonneur à Lyon en partenariat avec des Stations Vertes volontaires
 - Mobilisation du réseau pour alimenter le programme de la Fête de la Nature (19 au 23 mai 2010)
 - Exposition itinérante de cartes postales de Stations Vertes



La Nature, énergie Vitale



...gogne - Vitteaux
14/12/2010



Rendez-vous pour le 12^{ème} Congrès national des Stations Vertes

12, 13, 14 octobre 2011

Montreuil sur Mer (Pas-de-Calais)



Patrimoine et festivités à Montreuil-sur-Mer

Pour nous contacter :

Philippe BERNEZ
Directeur
Fédération Française
des Stations Vertes
et des Villages de Neige

B.P. 71698 - 21016 DIJON CEDEX

Tél. : 03 80 54 10 49

Mobile : 06 80 30 50 65

Fax : 03 80 54 10 55

E-mail :

philippe.bernez@stationverte.com

