



MICRO-AVENTURES

en Terres de Loire et Canaux



Sommaire

- 1 Rappel du concept de micro-aventure
- 2 Rappel des prérequis
- 3 Les phases du projet
- 4 Les Objectifs
- 5 Les Cibles
- 6 La Communication
- 7 Conclusion



1. Rappel du concept

La micro-aventure :

C'est une tendance en plein essor.
Un concept qui repose sur une idée simple : s'offrir une parenthèse hors-du-temps et expérientielle ; déconnecter et s'évader, le temps d'une expérience dépayssante à deux pas de chez soi.

LES 5 PILIERS

1. SIMPLE A RÉALISER

2. DE COURTE DUREE

3. PEU CHERE

4. PROCHE DE CHEZ SOI

**5. RESPECT DE
L'ENVIRONNEMENT**

2. Rappel des prérequis

QUALITÉ ET NORMES

Assurance

Être aux normes de qualité et sécurité

Proposer valeur ajoutée et expérience unique

GRC

Utiliser La Place de Marché

Être réactif

Être convivial

Être bienveillant

Collecter des avis

RESEAU

Participer aux réunions

Avoir l'esprit du collectif

OFFRE

A définir :

Thème

Public

Durée

Prix (segmenter = familles, couples, groupe)

Disponibilité

Minimum 1h30

COMMUNICATION

Prendre des photos

Partager les contenus sur vos supports de com'

Inciter les participants à partager leur(s) aventure(s) sur les réseaux sociaux

3. Les phases du projet



Prochaine échéance à retenir !

**31 mars 2024 : dernier délai pour rendre vos propositions
(remplir scrupuleusement le tableau)**



4. Les objectifs

- **donner à l'Office de Tourisme un rôle d'apporteur d'affaires**
- **se positionner comme une Destination d'aventures en Centre Val de Loire**
- **animer les ailes de saison (période octobre-mars)**
- **attirer de nouvelles cibles (rajeunir la clientèle)**
- **rallonger la durée des séjours sur le territoire**
- **faire davantage connaître les activités du territoire.**

5. Les cibles



FAMILLES



GROUPE D'AMIS



COUPLES



LOCAUX

TOURISTES

Y-a-t'il des volontaires pour participer à un atelier création de portraits robots (persona) de nos cibles ?

6. Communication BtoB

Communication interne au réseau

- Création d'un groupe Facebook privé pour échanger au fil de la saison. Ne pas hésiter à y poster vos retours, ressentis, remarques, et aussi des photos...
- Mise à disposition d'un kit de communication par l'Office de Tourisme (formats réseaux sociaux, affiches, QR Code, Ligne éditoriale)
- Sur les réseaux sociaux : relayer les infos entre nous (partages, likes et commentaires)

6. Communication BtoC

Communication média

La Presse

- Presse Papier : La République du Centre (encart dans le Guide de l'été+articles)
- Presse Radio : France Bleu Orléans (spot été avec les autres OT du Loiret+envoi dossier de presse), Radio Numéro 1 (envoi dossier de presse)
- Presse TV (envoi dossier de presse)

6. Communication BtoC

Communication média

Site internet

- Nouveau site web OTTLC à paraître pour mai/juin
- 2 blocs réservés aux micro-aventures + un moteur de recherche Place de Marché dès la Page d'accueil
- 1 page dédiée dans l'arborescence
- Des articles sur le Blog (ex : même format que l'article "5 idées de balades pour l'été en Terres de Loire et Canaux" de l'été 2023")
- Carnet/Agenda et dossier de presse disponibles en téléchargement

6. Communication BtoC

Communication média

Réseaux sociaux

- Réseaux sociaux : publication diverses sur tous les réseaux de l'Office
(en fonction planning éditorial)
- Création d'un format vidéo immersif pensé pour Instagram et TikTok
- Posts sponsorisés Facebook et Instagram : partage des articles de Blog
du site web
- Création d'un hashtag (#) propre aux micro-aventures : #aventuretlc
- Pour 2025, prévoir budget pour démarcher des influenceurs

6. Communication BtoC

Communication hors-média

Carnet-agenda de micro-aventures

- Publication début juin
- Distribution large : participants, hébergeurs du territoire, destinations voisines...
- Téléchargeable sur notre site web

6. Communication BtoC

Communication hors-média

Sur lieu de vente

Création d'un QR Code personnalisé à chaque participant renvoyant vers la page de réservation en ligne. Format étiquette à exposer dans votre lieu d'accueil.



Avez-vous des questions ?

MERCI DE VOTRE ATTENTION !

