



Conférence tourisme

"LA PROVINCE SUD TERRAIN DE
JEUX DES ACTIVITÉS DE
PLEINE NATURE"



LA PLEINE NATURE



Parc provincial
zoologique et
Forestier



Parc provincial
des Grandes
Fougères



Parc provincial
de la Rivière
Bleue



SITE SPORT NATURE
Boucles de Netcha



SITE SPORT NATURE
Boucles de Tina

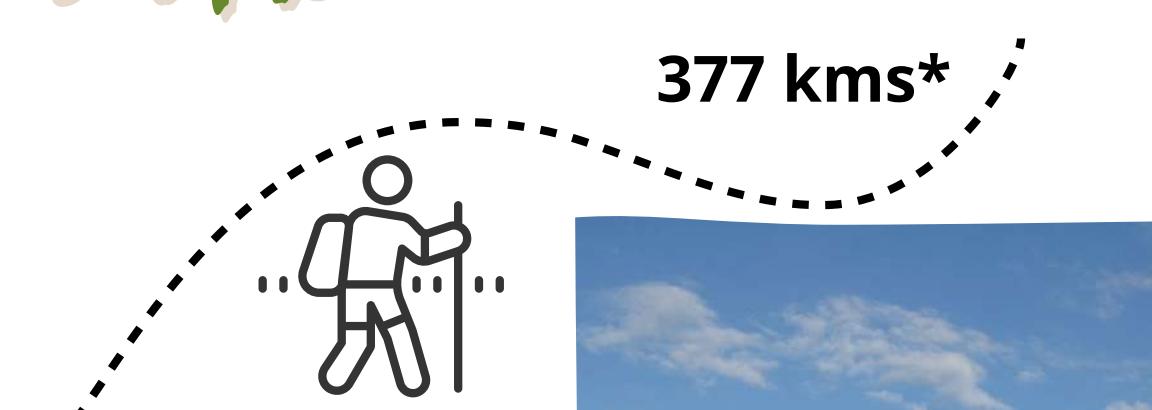


567 kms*

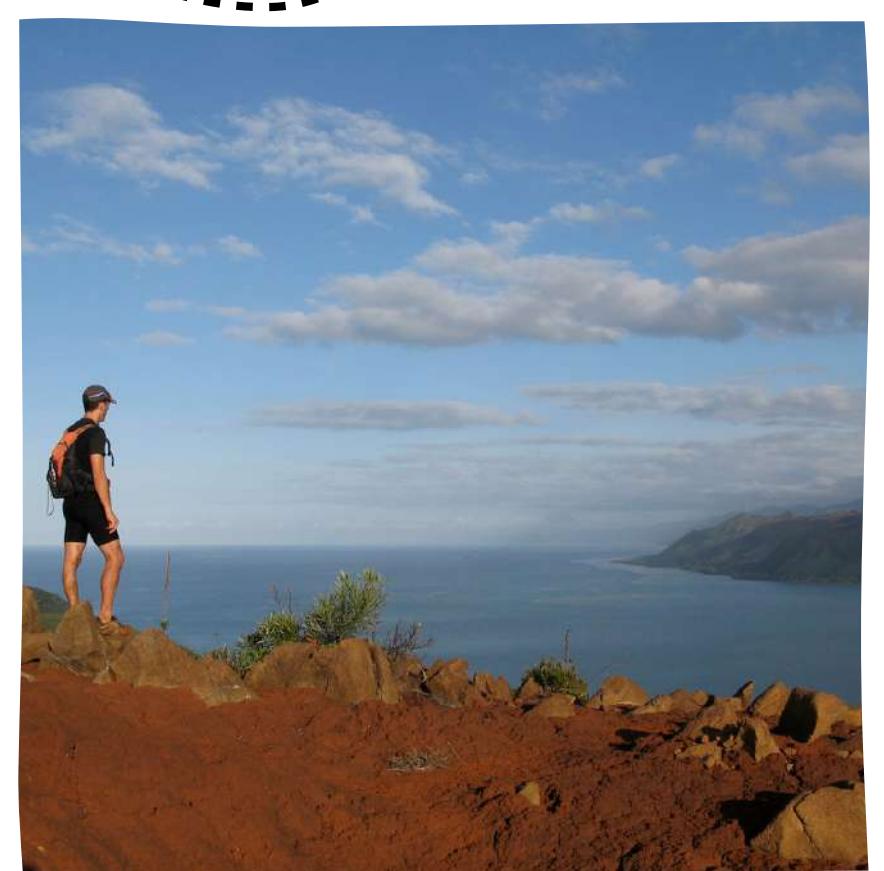
SITE SPORT NATURE
Boucles de Deva



EN PROVINCE SUD*



PR



GR

*infrastructures et sites terrestres gérées
par la province Sud



Vidéo

Romain LE PEMP mais c'est qui ?

EXPERTISE
Stratégie et positionnement des organisations (structures publiques et privées)

> **Gestion de projet, benchmark, étude de marché**

> **Plan d'actions, marketing stratégique (marketing digital, marketing de contenu, création de partenariat..)**

> **AMO**

> **Création de contenus**

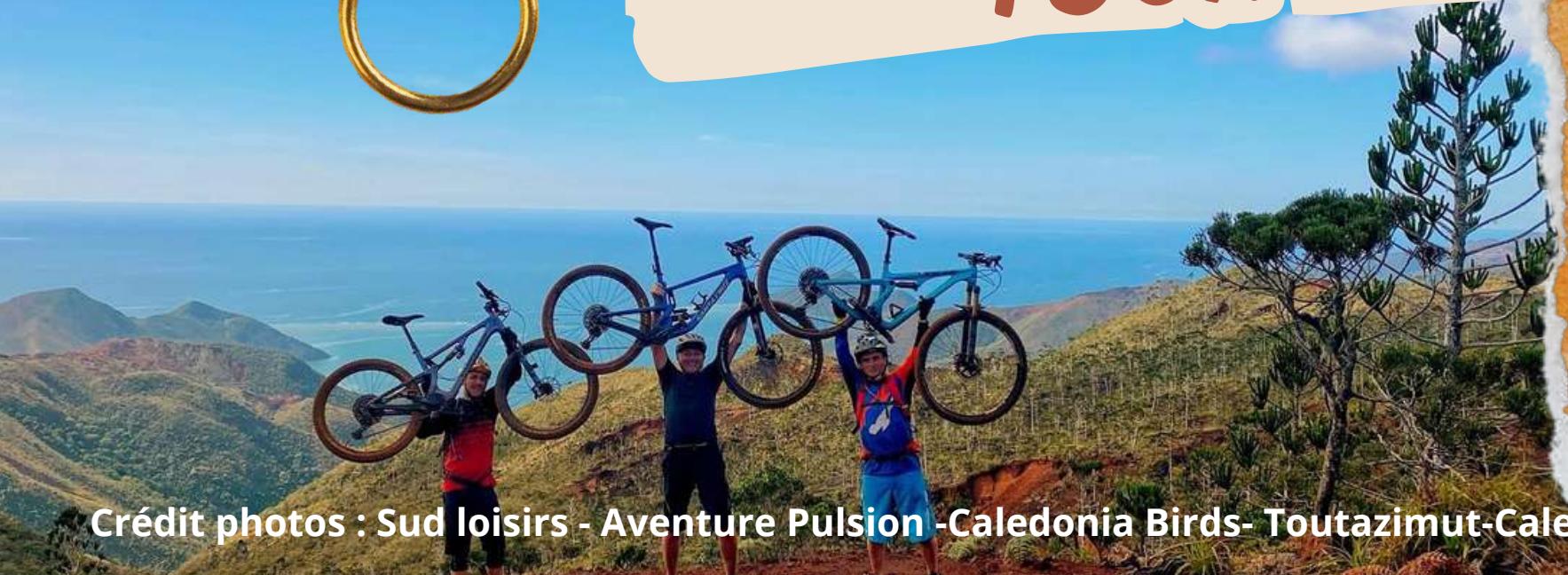


- **Blog "les pieds sur terre"**
- **Co gérant et Consultant Outdoor et Tourisme chez Air Coop "coopérative d'entrepreneurs du changement"**



Enquête

"PROVINCE SUD
DESTINATION PLEINE NATURE"
PRESTATAIRES
TOURS OPÉRATEURS



Crédit photos : Sud loisirs - Aventure Pulsion -Caledonia Birds- Toutazimut-Caledonia off road -

Programme de Professionnalisation des acteurs du Tourisme (PPAT)

Service du Tourisme

Direction du développement économique et du Tourisme





Enquête* auprès de

25 PRESTATAIRES TOURISTIQUES SPÉCIALISES

ACTIVITÉS, LOCATION,
TRANSPORT RANDONNÉE-
VTT-EQUESTRE-KAYAK

19 RÉPONSES

TAUX DE RETOUR

76%

METHODE



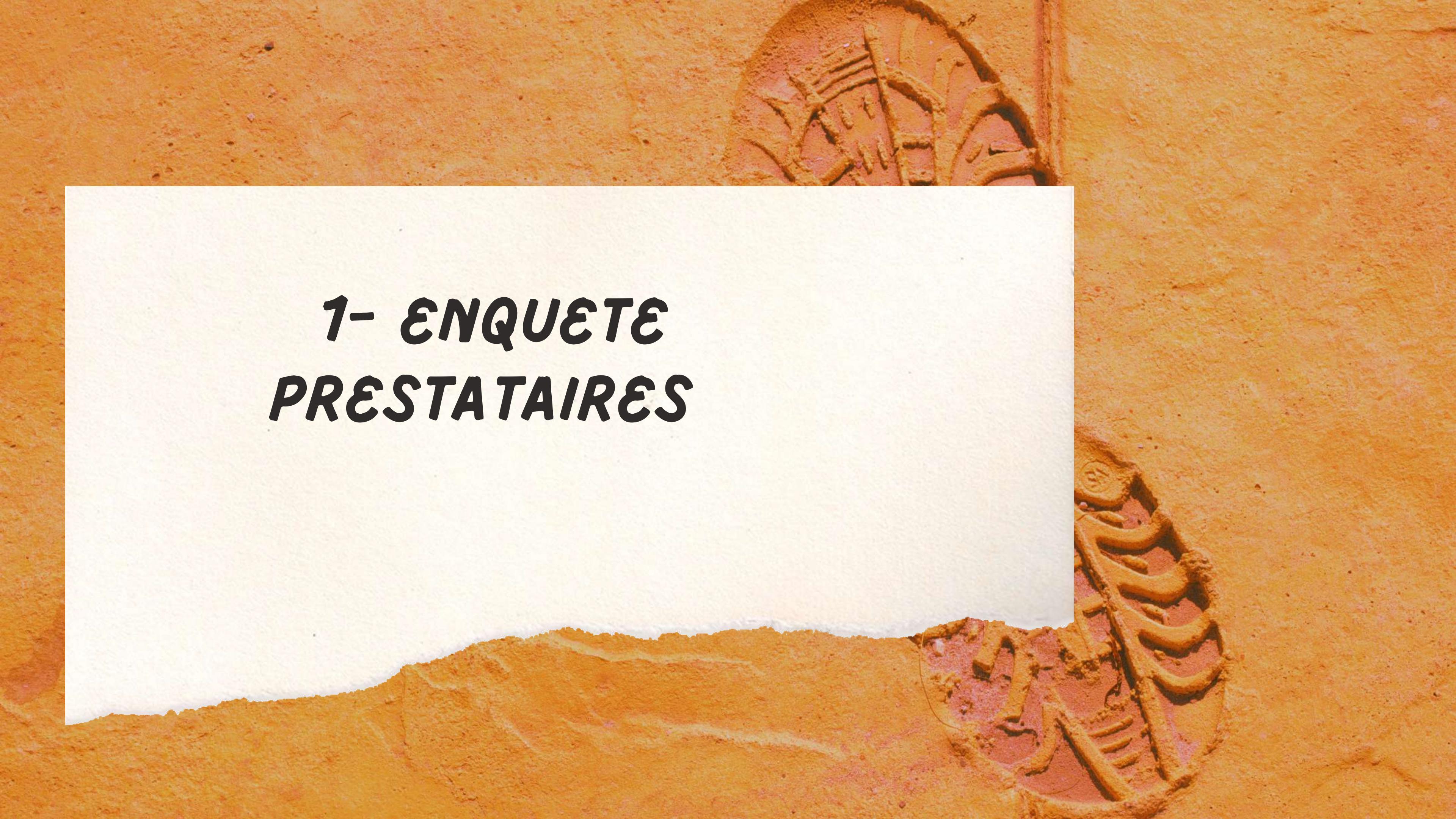
Enquête* auprès de

TOURS OPÉRATEURS SPÉCIALISÉS EN ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE :

Australie- Nouvelle Zélande et
Métropole

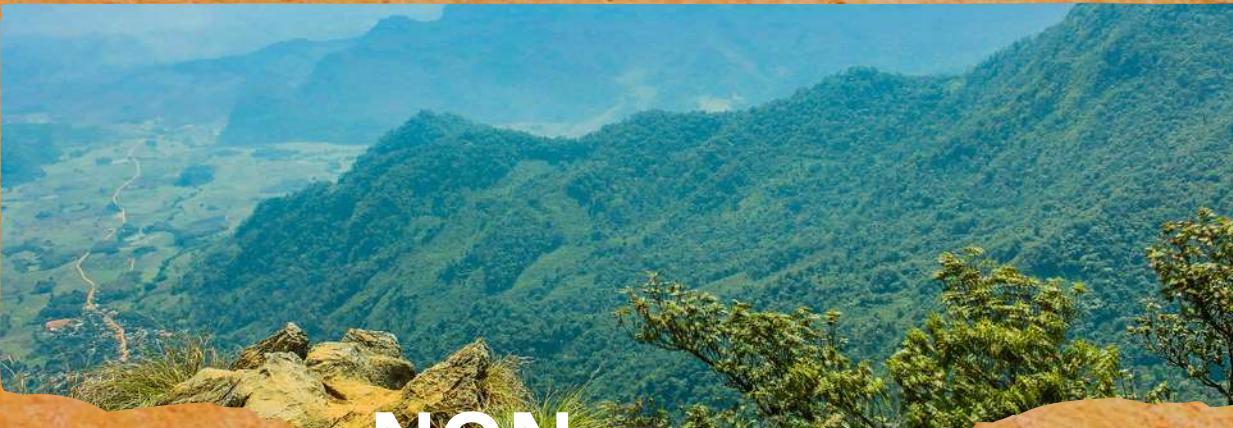
**relayé auprès des TO par Nouvelle
Calédonie Tourisme**

- échantillon non représentatif,
panel choisi pour une
proposition de réflexions**

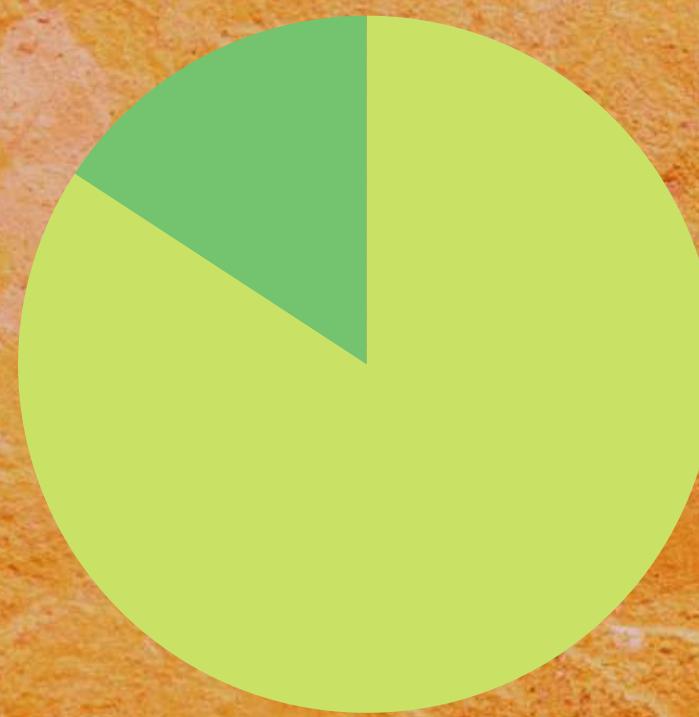


1- ENQUETE PRESTATAIRES

LA PROVINCE SUD UNE DESTINATION D'ACTIVITES DE PLEINE NATURE RECONNUE ?



NON
15.8%



OUI
84.2%

*SI NON QUELS AXES
D'AMELIORATION ?*

- Le développement de petites activités autres que dans les parcs
- Plus de soutien de la Province Sud
- La connaissance de nos activités et du niveau de qualité proposé
- La partie marine est très développée mais la partie terrestre pas suffisamment

VOS PRODUITS



- sont positionnés en province Sud
- 1 seul prestataire évolue sur toute la Grande terre
- vous utilisez les équipements créés par la province Sud pour 68% de manière très régulième
- 31% n'utilisent pas ces équipements

PARMI LES ÉQUIPEMENTS CITES

- PARCS PROVINCIAUX
- LOCAUX ALGECOS DE DEVA
- SENTIERS DE RANDONNÉE BALISES
- BOUCLES DE TINA

OFFRE DE PRODUITS EN ITINÉRANCE

**ITINÉRANCE GR
AVEC NUIT EN REFUGE
SERVICE DE DÉPOSE
BAGAGES ET
RANDONNEURS**

**TRAVERSEE DE CHAINE
EN RANDONNÉE**

**EXPÉDITION CÔTE
OUBLIÉE EN KAYAK
SUR PLUSIEURS
JOURS**

**WEEKEND CAMPING ET
MULTI ACTIVITÉ
PARC RIVIÈRE BLEUE**

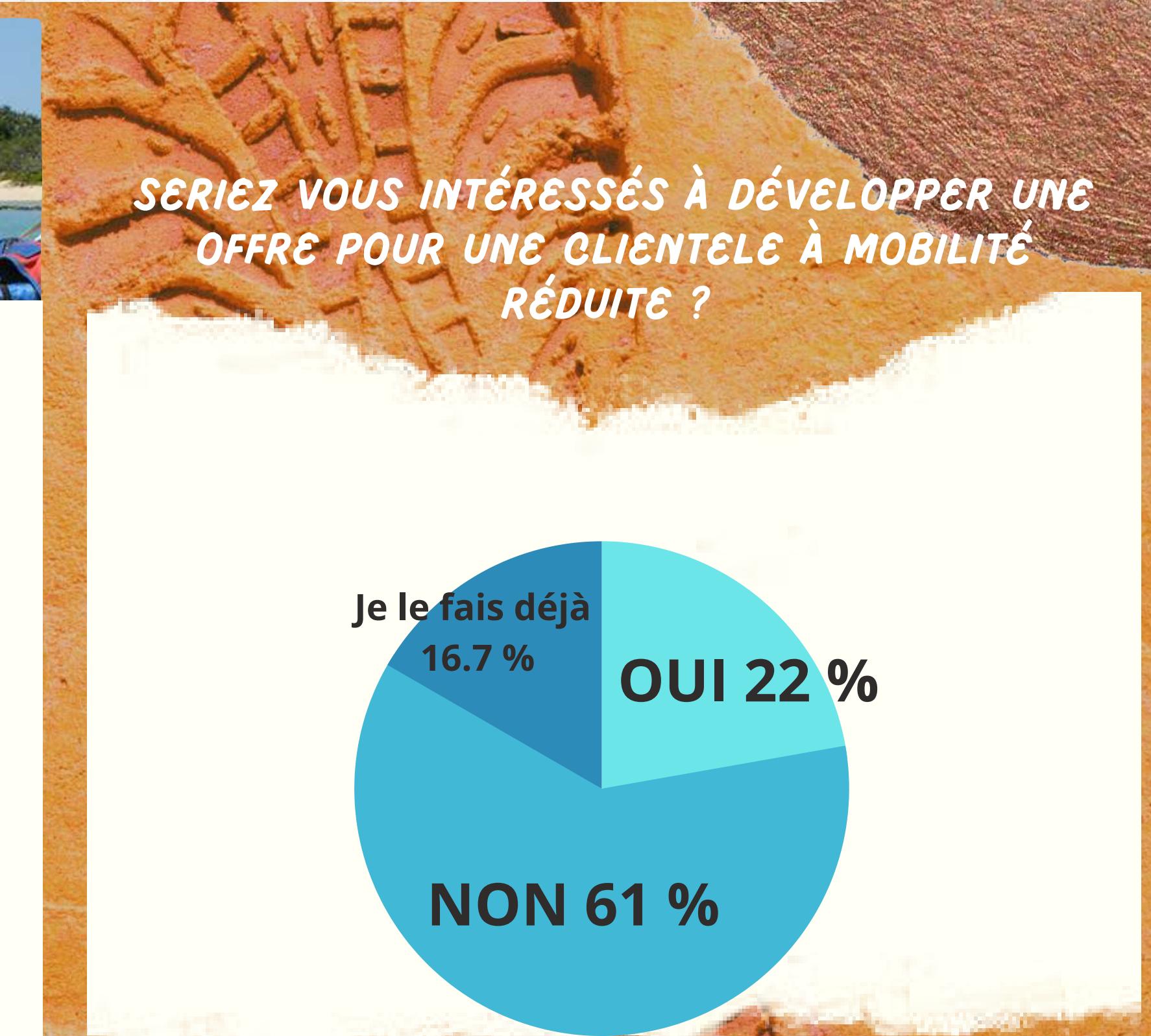
**COMBINE VTT KAYAK RANDOS
AVEC NUITS EN BIVOUAC PARC
DE LA RIVIÈRE BLEUE**



VOS CLIENTS ONT-ILS FACILEMENT ACCÈS À VOS PRODUITS ?



- Tous les sites d'activité des prestataires sont accessibles dès lors que les clients ont une voiture
- Néanmoins AUCUN BUS ou Navette ne dessert
 - la forêt des Koghi
 - le parc de la rivière bleue
- Le parc des grandes Fougères : route non coltarée difficile en cas de pluie



SI VOTRE PRODUIT EST POSITIONNÉ DANS UN PARC DE LA PROVINCE SUD



AVEZ VOUS DES SUGGESTIONS D'AMÉLIORATIONS

- MISE EN AVANT DE NOS PRODUITS , RELAIS DE NOS EVENEMENTS
- SITE INTERNET DES PARCS, FLYERS EN ANGLAIS
- MISE à DISPOSITION DE DOCUMENTS PLUS COMPLETS pour les PRESTATAIRES (que ceux donnés aux touristes) SUR LA FAUNE FLORE L'HISTOIRE ...
- ECRAN GEANT avec VIDEOS DES ACTIVITES
- UN POINT INFO SPECIFIQUE DES DIFFERENTES PRESTATIONS
- LA MUTUALISATION d'Équipements
- DES BORNES pour recharger les voitures électriques

VOTRE CLIENTELE

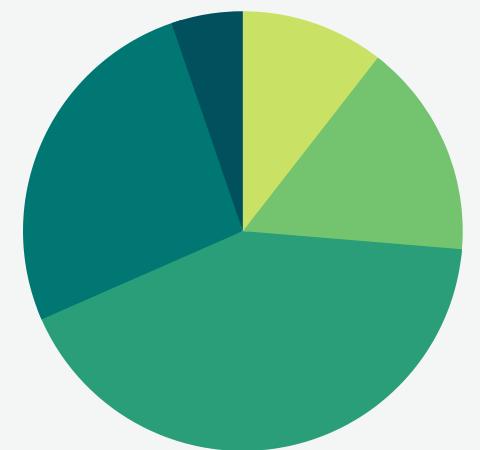


VISIBILITÉ ET REFÉRENCEMENT DE VOTRE OFFRE

ETES VOUS SATISFAIT DE VOTRE VISIBILITÉ EN LIGNE ?

satisfait

26.3%



peu satisfait

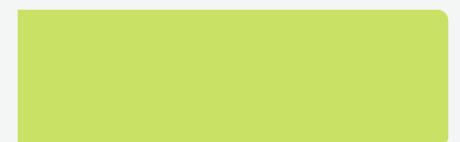
15.8%

VOS OUTILS WEBMARKETING

assez satisfait

42.1%

SITE INTERNET



FACEBOOK



INSTAGRAM



DESTINATION PROVINCE SUD

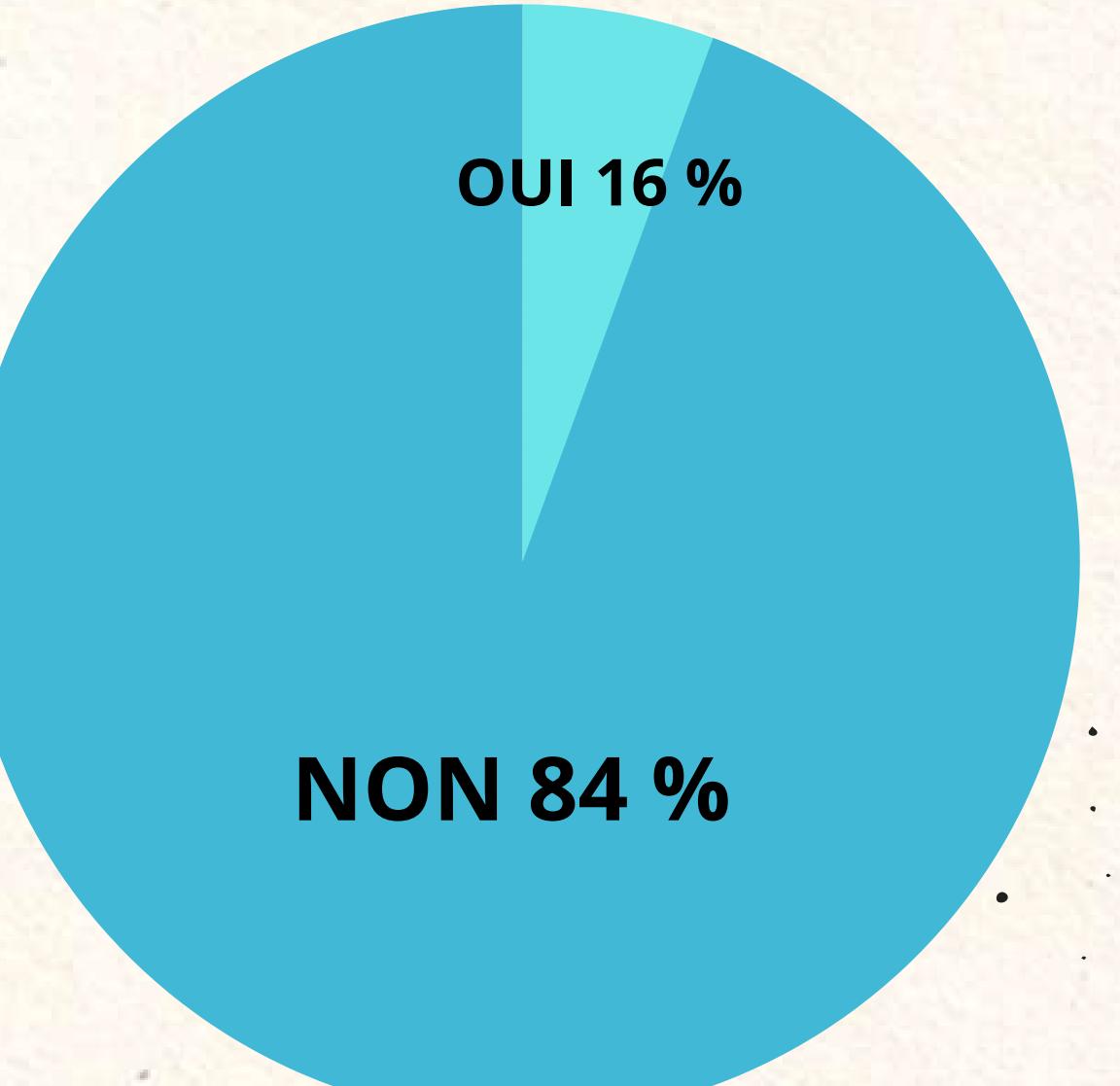


TO - AGENCES DE TOURISME ?

- 11 NON REVENDUS PAS DES TIERS
- 7 REVENDUS PAR DES AGENCES DE TOURISME LOCAL ou Franchise

0 5 10 15 20

**ÊTES VOUS VISIBLES SUR DES
APPLICATIONS SPECIALISÉES
COMME CIRKWI OU OUTDOOR ACTIVE ?**



QUELS SONT VOS BESOINS ?

ANIMATION NATURALISTE

OUI



- Forêt humide
- panneaux sur la faune et flore de forêt humide
- Histoire, patrimoine ressources de lecture, prêt d'ouvrage
- vulgarisation auprès des écoles

STRATÉGIE COMMUNICATION (WEB)MARKETING

OUI



- + de campagne Vidéos et photos
- nouveaux flyers
- conseils
- référencement Google

EN TERME DE DIFFICULTÉS, D'ÉQUIPEMENTS

ÉQUIPEMENTS POUR DÉVELOPPER VOS ACTIVITÉS

- Local de stockage matériels
- Plus d'espaces couverts pour accueillir les groupes
- Poursuivre l'aménagement des pistes et sentiers
- Station de recharges de batteries

QUELLES SONT VOS DIFFICULTÉS

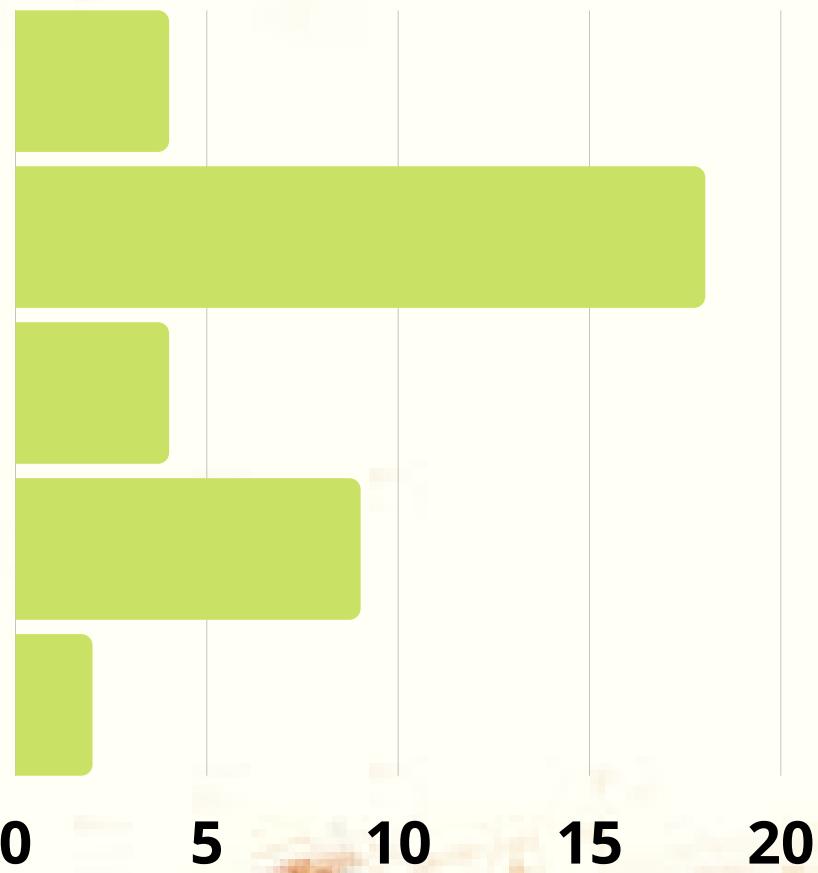
Dégradation des milieux

Problématique météo

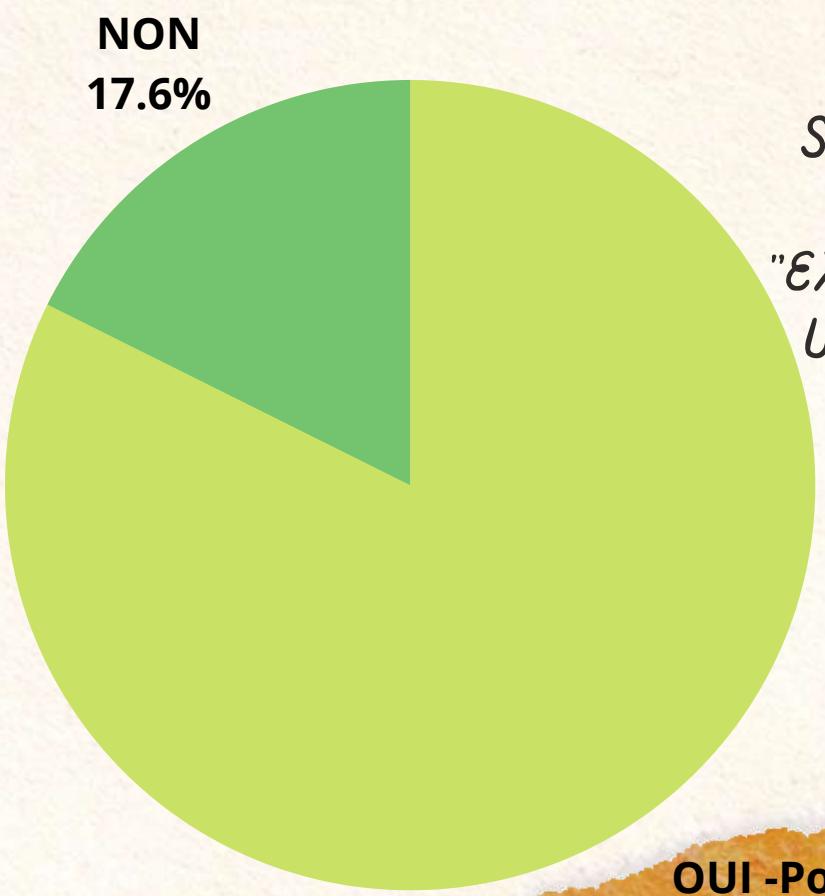
Encadrement des activités

En attente de clientèle

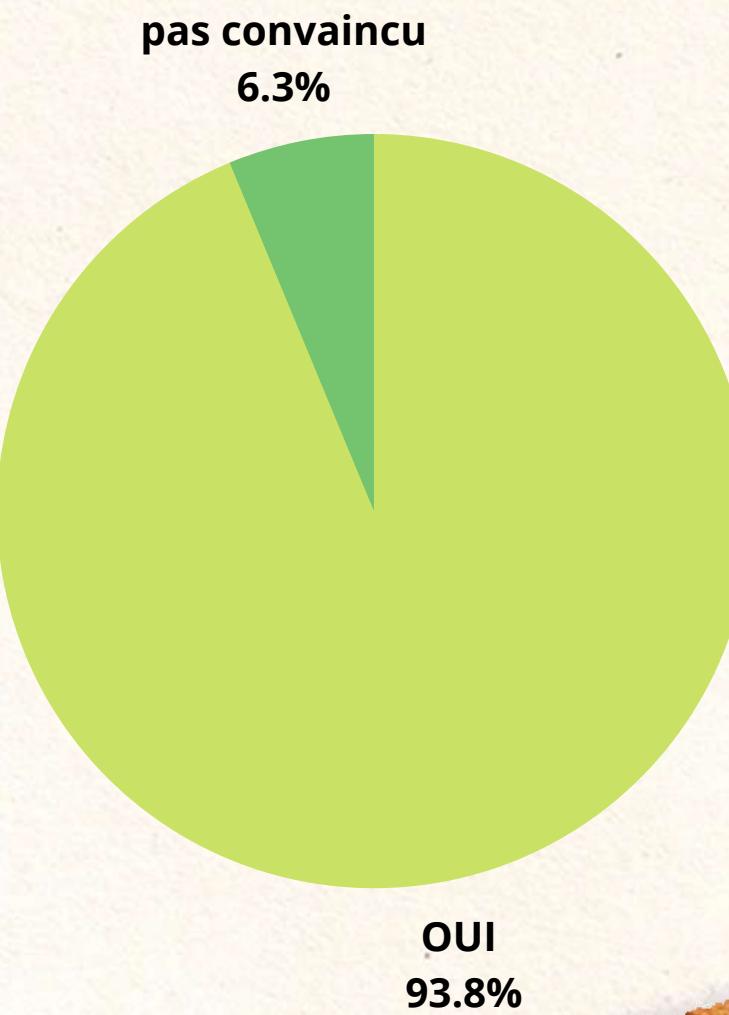
Assurances



ENGAGEMENT - FÉDÉRATION DES ACTEURS

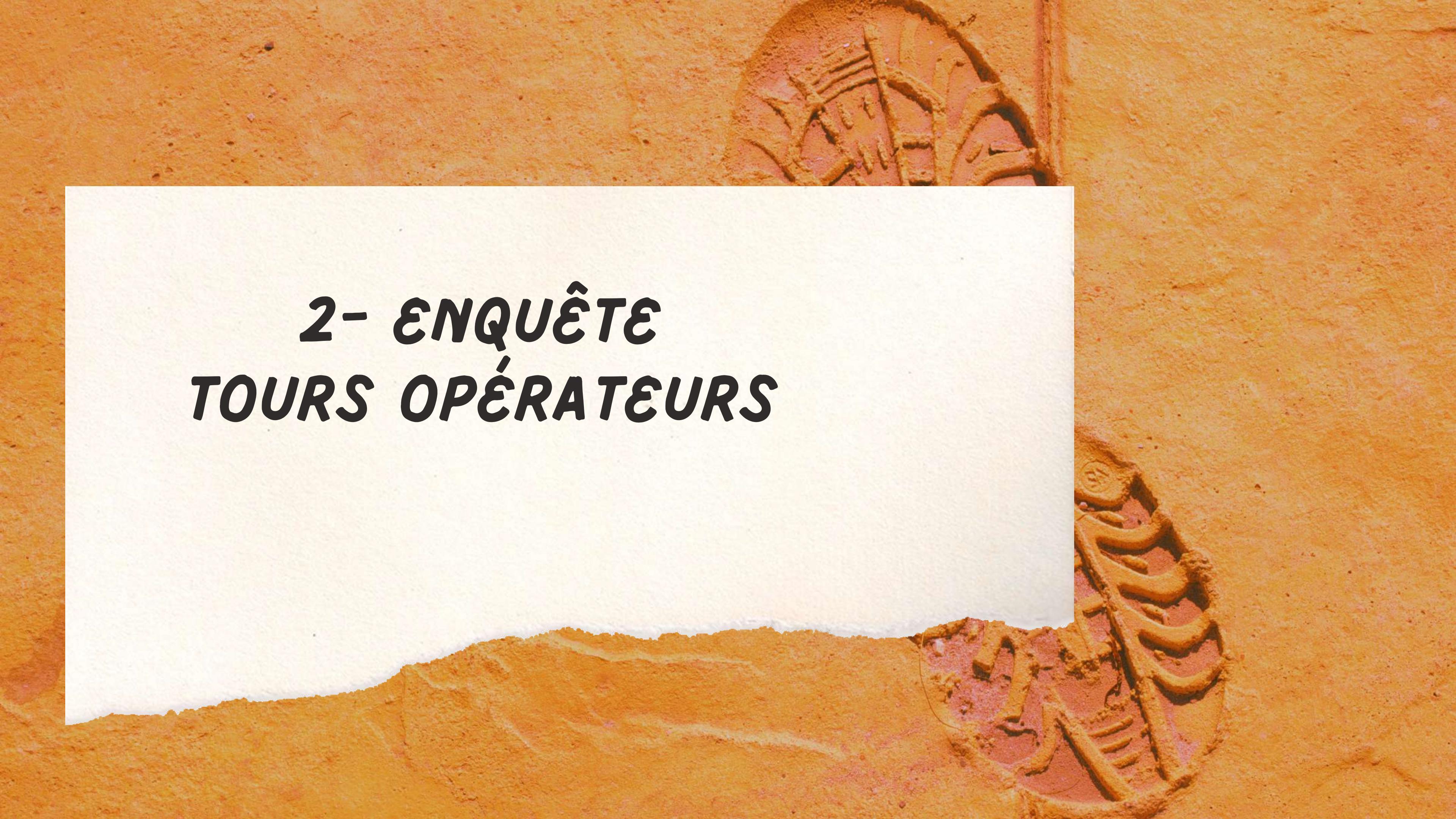


SOUHAITERIEZ VOUS ÊTRE IDENTIFIÉ
COMME UN PRESTATAIRE
"EXEMPLAIRE" "QUALITÉ" ENGAGÉ DANS
UNE DÉMARCHE DE PROTECTION DE
L'ENVIRONNEMENT



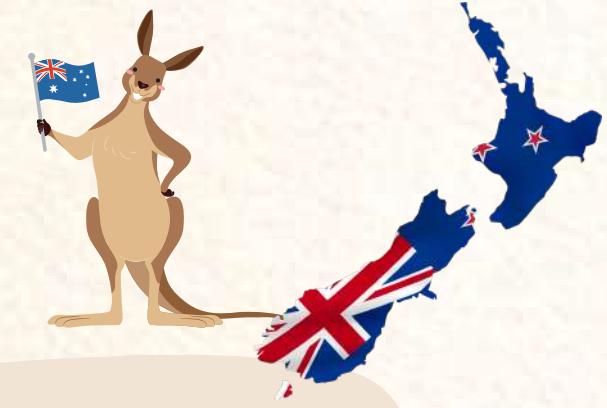
PENSEZ VOUS QU'UNE FÉDÉRATION DES
ACTEURS DE LA PLEINE NATURE POURRAIT
AIDER À LA VISIBILITÉ ET AU
DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE ET AU
RENFORCEMENT DES LIENS ENTRE
ACTEURS ?





2- ENQUÊTE TOURS OPÉRATEURS

LES PRINCIPAUX RETOURS



- **THEY ALL KNOW OUTDOOR TOURISM OPPORTUNITIES IN NC**

- **IF YOU DON'T SELL OUR DESTINATION WHAT IS THE REASON WHY ?**

we need packages of around

6 nights minimum to sell and a reasonable degree of comfort

Maybe a biking and walking package would work

CUSTOMER PROFILE

Solo travellers- couples- families- groups of friends

40 - 60 years old

over 50 and active, frequent travellers

45 years to 80 years outdoor active types with money to travel

REQUESTS FROM YOUR CLIENTS ABOUT ADVENTURE/OUTDOORS TOURS IN NC?

Lots of enquiries for excursions to Blue river park

15% of people enquiring with us talk about wanting to do hiking in NC

WHAT COULD WE DO TO MAKE NC AN ATTRACTIVE DESTINATION FOR YOUR CUSTOMERS ?

more documents in english since most websites and flyers are in french only

for example when I sent an hiking document about plateau de dogny its only avaialble in french - More local suppliers offereing outdoor activitybecause its very limited at the moment

Need more established local operators and more information on options

LES PRINCIPAUX RETOURS



LA BALAGUÈRE

ont expérimenté la Nouvelle Calédonie sans vendre un seul séjour

Durée du voyage rédhibitoire dans une période de tourisme responsable

Préconisation : se tourner vers des marchés de proximité

*propos recueillis par JL Boulin auprès de Vincent Fonvielle ex de La balaguère (aujourd'hui investit auprès de ATR)

RETOUR SUR L' ETUDE NCT PS* 2019 AUPRÈS DES TO

EXIGENCES GUIDES : diplôme d'encadrement physique (pas par tous les TO) connaissance parfaite du terrain, maîtrise de la sécurité, gestion du groupe en cas d'accident

HÉBERGEMENTS/INFRASTRUCTURES : capacité des gîtes souvent insuffisante (groupe de _8 à 10 pax en moyenne)

Réserver des gîtes à l'avance

Développer une offre de camping (pour baisser les coûts d'hébergement) à combiner avec des nuits hôtel arrivée/départ

VEHICULES : capacité des véhicules souvent limitée à 8 difficile de constituer des groupes de 10

TERRE D'AVENTURE*

REFUGES :

pouvoir les réserver à l'avance

pouvoir améliorer le confort

NOMADE*

développer une offre bivouacs pour réduire les coûts car l'aérien et l'hébergement sont + chers en NC comparé aux autres destinations du pacifique .



ATELIER

à nos méninges

comment transformer le potentiel de la province sud en une destination de pleine nature reconnue (local, régional, international) en terme de :

COMMUNICATION/PROMOTION

INFRASTRUCTURES/EQUIPEMENTS

PRODUITS/CLIENTÈLE/EVENEMENTIEL

COMMERCIALISATION/VENTE



Restitution

à nos méninges

comment transformer le potentiel de la province sud en une destination de pleine nature reconnue (local, régional, international) en terme de :

COMMUNICATION/PROMOTION

- Campagne de communication locales et internationales ciblées **outdoor** (Grand public)
- Montrer l'exhaustivité de l'offre en la mettant mieux en avant sur les sites officiels (accès direct), faciliter l'accès par un onglet "activités outdoor". Faire des vidéos réunissant l'offre existante
- Faciliter l'accès à l'information et sa fiabilité : Améliorer référencement des activités outdoor sur les moteurs de recherche + bien mettre à jour les sites spécialisés avec des infos fiables. Qualifier l'information fiable "vérifié/testé par l'OT/Sud Tourisme"
- Carte interactive avec des filtres thématisés
- Campagne de communication avec des professionnels ambassadeurs outdoor locaux: présentant leurs services, produits .. et qui donnent leurs tips, endroits préférés, idem avec des portraits de sportifs connus et reconnus
- Valoriser l'offre pleine nature dans tous les événements Province Sud, avoir un village "outdoor", evenements comme tresors du sud orienté pleine nature visant une clientèle de découvreurs
- Traduction en anglais de l'ensemble des supports
- Faire des sites ou pages bien visibles pour les parcs
- Identité pays



Restitution

à nos méninges

comment transformer le potentiel de la province sud en une destination de pleine nature reconnue (en local, régional, international) en terme de :

PRODUIT/CLIENTÈLE/EVENEMENTIEL

- Faire une différence entre la clientèle experte (de niche) et les grands publics : produits portés par des professionnels
 - Circuits de restitution spécifiques
 - Intégrer l'offre sur des sites/app sur les marchés
- Créer des zones par niveau
- Développer des spécificités / expériences spécifiques au territoire (événements, itinéraires incroyables) et faire parler via des influenceurs référents, des ambassadeurs
- Grand public : Créer du volume via de l'événementiel
- Attention aux conflits d'usage : comment combiner sur un même site une clientèle de masse et une clientèle de niche (exemple des birdwatchers qui ont besoin de silence et de lieux "exclusifs")
- Labellisations



R^{es}titution

à nos méninges

comment transformer le potentiel de la province sud en une destination de pleine nature reconnue (en local, régional, international) en terme de :

INFRASTRUCTURES/EQUIPEMENT

- améliorer le transport vers les sites de pratique (AO à lancer ?)
- Infra hébergements : refuges réservables en avance / Hébergements spécifiques pour les clients des TO
- Réduire la taille des étapes pour ne pas dépasser 4h de marche (ex : passer par les transversales) / Sentiers en étoile
- Labellisation des sites de pratique (uniformisation)
- Pistes vertes
- Sentiers en étoile
- Récupérer les chiffres de fréquentation des sentiers de Grande Randonnée en NZ auprès de docnz



Restitution

à nos méninges

comment transformer le potentiel de la province sud en une destination de pleine nature reconnue (en local, régional, international) en terme de :

COMMERCIALISATION

- % de commission des market place souvent trop élevé
- développer des outils de commercialisation simples et adaptés
- travailler l'adéquation entre le prix et le service
- cibler les aides publiques
- Identité pays



MERCI

Programme de Professionnalisation des acteurs du Tourisme (PPAT)
Service du Tourisme
Direction du développement économique et du Tourisme

