
Webinaire CRT Occitanie 17 juin 2020

Slow tourisme, entre nouvelle pratique touristique et moteur d'action locale

Laurence Barnèche-Miqueu | Maître de conférences en géographie à IUT de Tarbes

Rafael Díaz Muñoz | Professeur Marketing digital à l'Université Catholique de Ávila



SLOW TOURISME

Une approche exploratoire

Slow n'est pas synonyme de lenteur...

Le Slow tourisme, une ressource territoriale ?

La technologie au service de l'immersion

La digitalisation peut-elle être inclusive ?



Une forme de résistance face aux modèles dominants

Mise en tourisme fragilisée

Massification

Standardisation

Globalisation

Intensification

Ré enchantement

Traditions locales

Proximité et taille humaine

Bien vivre ensemble

Mobilité douce

Slow Tourisme

- Son positionnement
- Un début de structuration
- Du touriste au voyageur



Slow n'est pas synonyme de lenteur...

Mise en avant :

- Du temps nécessaire pour bien faire les choses
- De la longue durée (durabilité)

Le Slow Tourisme se veut **plus durable que lent.**



Une ressource territoriale

Un moteur d'identification

- ressources matérielles
- ressources idéelles

Une simple reconnaissance de l'existant:

Muséification des petites villes ?

ou

Un collectif d'énonciation exigeant



Un moteur d'action locale

Dépasser les conflits d'usages

Une opportunité avec des défis à relever

- Contraintes de la faisabilité économique
- Intermodalité
- Couverture numérique
- Saisonnalité



Les apports de la digitalisation dans l'expérience

AVANT LE VOYAGE

Une **stratégie de Marketing Digital** pour une mise en marché de l'offre

Une communication basée sur l'image + storytelling

Naming permettant une meilleure identification de l'offre

Comment identifier les cibles ? Les outils du Marketing Digital

- Google Display - keywords
- Réseaux sociaux - Facebook - Youtube - Twitter



Les apports de la digitalisation dans l'expérience

PENDANT ET APRÈS LE VOYAGE

La technologie au service de l'expérience : « être au cœur de l'histoire »

Une charte (Ibook) de « bonnes pratiques de la déconnexion »
(Landing Page)

Campagnes de marketing direct

Poursuivre la relation avec le voyageur (at home)



—

Merci pour votre
attention

