



TER'avenir - Chantal Guyot
13 rue Lucien Cozon 69630
CHAPONOST
Tel / Fax : 04 78 45 46 55
Courriel : teravenir@wanadoo.fr
www.teravenir.fr



TAM'S Consultants - Bruno TAMAILLON
La Rossetière - 138 chemin du Roland
38960 Saint AUPRE
Tél : 04 76 67 52 60 Fax (61)
Courriel : tamaillon@tams.fr
Site : www.tams.fr

TER'avenir – TAM'S

Réseau Expert Tourisme

Conseil en ingénierie touristique
Stratégie – Développement territorial – Organisation
Marketing – Commercialisation - Communication

Cahier Références

Dans ce dossier pour mieux nous connaître vous trouverez :

- Notre métier
- Les experts
- Nos modes d'intervention
- Nos types d'intervention et nos références
- Nos domaines d'expériences spécifiques

Consultez notre site internet



Notre métier

Types d'intervention

- Diagnostic de territoire et élaboration de schéma de développement touristique
- Stratégie marketing
- Etude d'opportunité et de faisabilité
- Diagnostic et repositionnement d'activités
- Démarche qualité et structuration de réseau d'acteurs
- Stratégie d'organisation des structures
- Evaluation de procédures
- Stratégie de communication et plan d'actions
- Gestion de la relation client et Commercialisation
- Développement de projet tourisme solidaire

Modes d'intervention

- Etude
- Expertise flash
- Formation
- Animation de groupes
- Assistance, Accompagnement expert
- Recrutement
- Intervention en conférences

Domaines d'expériences ++

- Tourisme Enfants Famille – les Juniors
- La filière musée et sites à thème
- Tourisme en espace rural, hébergement rural agritourisme
- Formation Marketing - Commercialisation
- Tourisme solidaire et responsable

Notre conception du développement touristique

“Le tourisme est source de croissance.
Il devient seulement richesse à la seconde où
il crée une rencontre vraie, riche et respectueuse.
Ces valeurs sont fondatrices de notre activité de conseil
Et nous aimons les partager .”

Chantal GUYOT – Bruno TAMAILLON

TAMS ET TER'avenir, deux experts professionnels du Tourisme depuis 20 ans

- TAM'S et TER' avenir, composent depuis 7 ans un binôme expert, une équipe composée de compétences complémentaires, pluridisciplinaires qui s'additionnent.
- Nos expériences en responsabilité depuis plus de 20 ans, à différents postes dans le monde du tourisme, sont notre capital expériences et notre crédit.
- Formés sur le terrain de la gestion d'entreprises touristiques, nous développons des principes d'interventions opérationnelles, avec une implication personnelle forte.
- Nous partageons des convictions sur la conception d'un développement touristique, acteur du développement d'activités humaines,
 - s'intégrant dans l'environnement,
 - respectueuse des hommes et de leurs territoires,
 - apportant une valeur ajoutée à l'économie de façon durable et équitable.

TAM'S et TER'avenir, l'addition d'années d'expériences de terrain au service de votre développement

Bruno TAMAILLON - 48 ans

Créateur et Directeur de TAM'S Consultants depuis 1996



Maîtrise Géographie et aménagement – Institut de Géographie Alpine – Grenoble 1984
20 ans d'expérience à travers les métiers du tourisme réceptif et agence de voyages, de l'accueil, du développement, de la production, de la distribution.

Il fut successivement Directeur commercial d'un centre de 450 lits – Directeur du développement touristique en charge de la promotion et mise en marché (ADT Vercors)

Directeur Marketing du réseau d'agences de voyages MTC et Directeur de l'agence de communication du Groupe.

Il crée TAM'S en 1996 pour apporter aux acteurs du tourisme une vision dynamique et pragmatique de leur développement.



VALEUR AJOUTÉE ...

*Une expérience large du développement touristique,
basée sur des expériences réussies dans des environnements souvent peu favorables, à faible budget.
Un profil plus marketing créatif - et des solutions opérationnelles.*

Chantal GUYOT – 50 ans

Créateur de TER'avenir en 2002



De formation supérieure Ingénieur Agronome Paris-Grignon spécialisée dans le développement agricole et rural (Diplômée INA PG 1983).

Une formation complémentaire acquise au cours des années en gestion, marketing touristique, informatique ...

18 ans d'expérience opérationnelle au service du développement touristique et organisation territoriale dont 13 ans de direction commune de deux organismes touristiques Gîtes de France Rhône-Alpes et Association Départementale du Tourisme Rural Rhône

Création de TER'avenir en 2002

8 ans d'expérience en ingénierie tourisme

Conseillère municipale.



VALEUR AJOUTÉE

*Une expérience large du développement rural, du tourisme rural du développement, à la production, la promotion et l'organisation commerciale.
Un profil plus stratégie d'organisation, développement territorial et procédures
Une expérience à l'étranger notamment en tourisme solidaire et responsable.*

Prestataires associés selon les besoins de l'étude

- **LE STUDIO** – agence création graphique – GRENOBLE
- **MONTAGNE NET** – agence création site web et référencement
- **GEO SYSTEM** - cartographie – AVIGNON
- **LUDONATURE** – scénographie espaces pédagogiques et ludiques – DIE
- **CAMINEO** – systèmes de communication GPS – pocket PC
- **QUAI DES LUDES** – centre de formation sur le jeu
- **DESIGN ARCHITECTURE** – architectes, programmistes

DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE ELABORATION d'UN SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Méthode

- Analyse du marché, des tendances, synthèse des données
- Analyse de l'offre (avec rendu cartographique)
- Travail participatif acteurs locaux
- Diagnostic global
- Définition du positionnement
- Définition d'une stratégie
- Elaboration d'un plan d'actions concerté

Pour qui ?

- Pour des Territoires ruraux
- Petites agglomérations urbaines
- Dans le cadre des Contrats de Développement Régionaux, démarches PAYS ...

Références

ETUDE DE POSITIONNEMENT TOURISTIQUE ET PLAN D' ACTIONS AIN PLAINE COTIERE –

Territoire aux portes de Lyon, un CDRA en cours, un diagnostic général élaboré en 2005, et des fiches actions prévues dans leurs grandes lignes. Mission : préciser le diagnostic du territoire touristique, déterminer son ou ses positionnements touristiques, élaborer le programme opérationnel d'actions et d'organisation touristique. CDRA 2009 - TAMS TER'avenir

APPUI A LA MISE EN OEUVRE PAYS D'ACCUEIL TOURISTIQUE TAFRAOUT MAROC

Mission réalisée dans le cadre d'une action de coopération décentralisée entre le Conseil Général de l'Isère et la Région Souss Massa Draa. Diagnostic touristique avec les acteurs locaux, élaboration du programme de développement touristique de cette région rurale, structuration. – 2008- 2010 TER'AVENIR

SCHEMA TOURISME ADAPTE PAYS ARDECHE MERIDIONALE

Dans le cadre du CDRA élaboration d'un schéma de développement d'un tourisme adapté pour tous- Cible enfants famille, public en situation de handicap ...

Syndicat Mixte du Pays de l'Ardèche méridionale - 2008 TAMS TER'avenir

ANIMATION SCHEMA TOURISME DE HAUTE SAVOIE

Dans le cadre du Diagnostic, animation de 11 tables rondes d'acteurs touristiques, thèmes et territoires. Enquête en face à face avec 15 personnalités.

Agence Touristique Départementale - Haute Savoie 2007 TAMS

SCHEMA DE DEVELOPPEMENT COMMUNAUTE LE CREUSOT MONTCEAU

Diagnostic global de l'offre touristique du territoire - Détermination du schéma de développement touristique. (décembre 2004 – juin 2005) - TAMS - TER'avenir

ISERE PORTES DES ALPES - ELABORATION DU FUTUR SCHEMA DE DEVT. TOURISTIQUE

Dans le cadre du futur Contrat de Développement avec la Région Rhône-Alpes

Diagnostic du territoire, axes stratégiques de développement, plan d'actions

(décembre 2004 – janvier 2006) - TAMS - TER'avenir

DEMARCHE TOURISME « ENFANT FAMILLE » BASSIN DE VIE DE BOURG EN BRESSE AIN

Etude à la demande de l'Association du Développement du Bassin de vie de Bourg en Bresse

Diagnostic global de l'offre touristique du territoire, le marché du tourisme Enfants Famille

Elaboration d'un programme de formations - actions pour le développement de la clientèle familiale et de groupes enfants. Stratégie marketing sur ces cibles. (février – décembre 2004) - TER'avenir TAMS

DIAGNOSTIC TOURISTIQUE DU TERRITOIRE VAL DE DROME ET DETERMINATION DES AXES DE DEVELOPPEMENT

Diagnostic global de l'offre touristique du territoire - Détermination du schéma de développement pour le territoire. (2^e semestre 2003) TAMS

OUTILS POUR OBSERVATION DU POIDS ECONOMIQUE DU TOURISME – Vallée de la Drôme – Indicateurs existants, création de nouveaux indicateurs, méthodologie de mise en place de l'observation - (Mars 2004) TAM'S

ETUDE DE POSITIONNEMENT DE LA VALLÉE DE CHAMPOLEON – Hautes Alpes
Création d'un pôle multi-accueil au bourg centre, avec une auberge rurale, restauration terroir, espace information tourisme – espace ludique chasse au trésor – et hébergement sur la base d'un concept multicientèles, locatif, nuit + petit déj , pension complète – (2002/2003) TAM'S

ETUDE D'OPPORTUNITE et DE FAISABILITE

Méthode

Etude de marché
Analyse de l'existant
Concept et définition de produits
Proposition de scénario
Etude de faisabilité
Mise en marché

Pour qui ?

Hébergement en milieu rural (petite hôtellerie, chambres d'hôtes, gîtes..)
Centre de vacances
Musées et sites de découvertes

Références

CREATION D'UN SITE CROQ'ALP

Etude de marché et de positionnement du futur site culturel et touristique de la fruitière de Mieussy (74).
Définition d'un nom pour le nouveau site, et plan d'action de communication.
Ecomusée Paysalp – Coopérative de Mieussy 2007 TAMS

ETUDE DE FAISABILITÉ CAFE – CHAMBRES D'HOTES – ST JULIEN EN VERCORS

Un bâtiment de caractère est disponible. Quel projet de valorisation culturelle et touristique ?
Etude de faisabilité, avec 2 scénarios possibles autour d'une bar – épicerie – chambres d'hôtes – salle culturelle. (juin 2004 – juin 2005 TAM's TER'avenir)

ETUDE DE REPOSITIONNEMENT D'UN ÉTABLISSEMENT TOURISTIQUE - Commune de CHALENCON – Ardèche

Etude faisabilité économique d'un établissement Gîte de Séjour à forte connotation environnementale, associé à un concept multiactivités (animations, pleine nature, randonnée pédestre, revitalisation...) – (juin 2003 TAM'S)

ETUDE DE FAISABILITÉ D'UNE AUBERGE/ TOURISME DURABLE – VALLÉE DE CHAMPOLEON – Hautes Alpes

Création d'une auberge rurale, sur la base d'un concept multicientèles, locatif, nuit + petit déj , pension complète - (Mars 2003 TAM'S)

ETUDE DE FAISABILITÉ DU REFUGE JEANNERET – FONT D'URLE – DRÔME

Etude de faisabilité, avec 2 scénarios possibles autour d'une offre refuge – gestion libre et d'une offre typique montagne gîtes d'étape et de séjours. (mars 2004 – Novembre 2004 TAM'S)

ETUDE DE MARCHÉ, ETUDE DE FAISABILITE, PLAN D'ACTION COMMERCIAL

Etude pour un privé à Montjoyer pour la création d'un projet touristique comprenant de l'hébergement – stages cuisine - gastronomie œnologie- bistrot à vins. (décembre –février 2003). TER'avenir TAM'S

ETUDE DE MARCHÉ ET DE FAISABILITE HOTEL RESTAURANT

Etude pour la commune de Duerne (Rhône) pour l'ouverture d'un hôtel restaurant.
Etude de marché, définition du produit, étude de faisabilité économique et plan d'actions commerciales. (nov 2002 -janv 2003) TER'avenir

QUEL HEBERGEMENT POUR QUEL PROJET TOURISTIQUE ?

Etude pour deux communautés de communes de Saône et Loire Autunois Morvan. Diagnostic de l'offre hébergement et des potentialités touristiques, étude de marché. Positionnement d'offres à développer.
Etude de faisabilité pour deux projets (chalets gîtes de pêche, et gîte de séjour combinant du meublé et prestations hôtelières). (Août – Octobre 2002) TER'avenir

DIAGNOSTIC ET REPOSITIONNEMENT DE L'ACTIVITE ou de STRUCTURE

Méthode

- Audit expertise rapide
- Diagnostic positionnement marketing
- Diagnostic sur le fonctionnement, organisation
- Analyse activité
- Définition repositionnement
- Scénario plan d'actions

Pour qui ?

- Hébergement en milieu rural (petite hôtellerie, chambres d'hôtes, gîtes..)
- Centre de vacances
- Musées et sites de découvertes
- Associations , offices du tourisme
- Organismes, structures touristiques

Références

ESPACE ALU – St Jean de Maurienne -

Définir le juste positionnement marketing du site, ses produits, son potentiel de développement et le juste sens que prendra cette nouvelle offre dans la vallée alpine "historique" de l'Aluminium, une approche fine du fonctionnement. 2008 – 2009 TAMS TER'avenir

MUSEE ALLEVARD LES BAINS

Etude futur musée Allevard les Bains.

Etude de marché, positionnement marketing et communication, faisabilité économique
Commune d'Allevard 2007 – 2008 TAMS TER'avenir

MAISON ESPACE KARSTIQUE – Communauté de commune de la Vallière 01

Analyse du projet , Positionnement actuel du site, potentiel de fréquentation, diagnostic sur son fonctionnement et recommandations pour le futur projet 2006 TAMS TER'avenir

MAISON DES RAMIERES – Réserve Naturelle Drôme

Mission à la demande de la communauté de communes du val de Drôme,

Positionnement actuel du site dans l'offre actuelle, et son adéquation offre/demande, son potentiel de fréquentation, diagnostic sur son fonctionnement et recommandations

(2006) TAM'S - TER'avenir

ASSOCIATION ARDECHE LOISIRS ET PATRIMOINE – 30 SITES ARDECHOIS

Positionnement de l'activité de l'association des sites culturels et touristiques en Sud Ardèche

Relance d'un partenariat étroit – association/Département pour création d'une filière musées et sites à thèmes - (2004) TAM'S - TER'avenir

RELAIS Gîtes de France Ardennes (décembre 2002)

audit du relais, préconisation d'évolution de la structure dans le cadre de leur contexte départemental et régional. - TER'avenir

MEMORIAL DE LA RESISTANCE EN VERCORS

Relance de l'activité - Positionnement du site – segmentation des publics – plan d'actions commerciales et communication - (1999 – 2001) TAM'S

CHATEAU DE CHÂPEAU CORNU – Hôtel 3*

Relance de l'activité vers les séminaires, après la création de 15 chambres de confort luxe.

Stratégie marketing et commerciale – (1999) TAM'S

RESIDENCE L'ESCANDILLE - 450 LITS – CAP France – AUTRANS (38)

Diagnostic activité – segmentation clientèles – marketing mix - Accompagnement de la résidence coaching – formation – (1997 / 2001) TAM'S

CENTRE DE VACANCES LOU CASTELET – CAP France – THEOULE (06) -

Diagnostic activité – segmentation clientèles – marketing mix - Positionnement marketing et commercial de la résidence - coaching – formation – (1997 / 2001) TAM'S

Tourisme Enfants Famille

Les enfants et les familles font l'objet de toutes les attentions depuis plusieurs années. Quelles sont les attentes des enfants, et celles de leurs parents en matière de loisirs et de vacances ?

Quelles sont les composantes incontournables d'une destination famille ?

Comment bien communiquer ? Comment rassurer les parents et attirer les enfants ?

Cabinets sélectionnés au niveau national par le LABEL FAMILLE PLUS, lancé par le ministère du Tourisme, nous avons mené de nombreuses missions en ce sens auprès de territoires et de sites touristiques, notamment depuis 2004 dans le département de l'Ain .

Chasse au trésor, jeux de pistes, expositions interactives, nous travaillons en association avec des professionnels du scénario, de la mise en scène et de l'animation enfants.



Nouveau en 2009



ZANIMÔMES Conseil, une marque de TAMS Consultants

Ingénierie et création d'offres ludiques à vivre en famille, dans les territoires touristiques, les espaces culturels et naturels, les cœurs de ville ou villages, les friches industrielles.

Formation et participation des acteurs locaux au processus de création des jeux. Retombées économiques mesurées.

Zanim'Audits et Etudes : Territoires, sites, musées, hébergements pour l'analyse et la programmation d'offres créatives enfants et familles : audits qualité, schémas territoriaux, sensibilisation des acteurs, accompagnement de projets, faisabilité économiques.

Zanim'Formation : nos formations sur le jeu et les attentes des familles

Zaventures-Jeux : les chasses au trésor 8/12 ans - à vivre en autonomie toute l'année.

Zanimobalad : les balades créatives 5/8 ans pour les minots - en autonomie toute l'année.

Zanim'BD : votre territoire projeté dans une Bande Dessinée-manga et web, avec des héros originaux.

Zanim'à Légendes : le livre de poche associant balades et créations littéraires (en projet).

Références

Zanimobalad dans l'AIN ? Quel drôle de nom !!!

Création de 7 balades-jeu à vivre en famille ! Une balade de 1 heure, au pays d'un animal réel ou imaginaire ! Un dépliant en accordéon, illustré de dessins et énigmes, propose à la famille de rechercher une cachette secrète et de parcourir la balade en dessinant, jouant, chantant en compagnie de l'animal du lieu. CAP 3B - Bassin de Vie Bourg en bresse – 2009 TAMS

Gorgulu lance 5 défis aux enfants Lyonnais !

Gorgulu, lutin malicieux et sa mule Rosita lancent dans 5 sites du Lyonnais des défis aux enfants en leur proposant de devenir MAITRE ANIMALIER - MAITRE CHAPELIER - MAITRE DE LA MONNAIE - ARCHITECTE ROMAIN - MARIONNETTISTE de Guignol.

Démarche collective de développement de la qualité ludique des sites culturels et touristiques du Lyonnais. Le curseur qualité est mis sur le bouton : BONHEUR ! Pays Lyonnais 2009 TAMS

Assistance à Maîtrise d'ouvrage – création de 10 Aventures-jeux de Fifejin

Mission d'accompagnement des Offices de tourisme et des professionnels du territoire du bassin de vie de Bourg en Bresse Création d'une nouvelle offre de tourisme en direction des familles : chasses au trésor, aventures, jeu de pistes. 5 aventures en création pour 2008, poursuite en 2009. Démarche active de créativité avec le territoire. **PRIX**

Innovation Tourisme en 2008

Formation des acteurs à la notion de ludicité et jeu.

CDRA - CAP 3B - Bassin de Vie Bourg en bresse – 2007-2009 TAMS TER'avenir



Formation à la création de jeux à vivre en famille adaptés aux sites culturels et touristiques –
Réseau TISTRA – SNRA de Rhône Alpes - 2007

**Accompagnement du territoire Bassin de Vie de Bourg en Bresse démarche Tourisme Enfants
Famille Etude**

Diagnostic global de l'offre touristique du territoire, le marché du tourisme Enfants Famille
Elaboration d'un programme de formations - actions pour le développement de la clientèle familiale et de
groupes enfants. Stratégie marketing sur ces cibles.
Accompagnement à la mise en œuvre. (2004-2006)

APPUI AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE « Enfant Famille » - CDT AIN

Rédaction de fiches outils par métier sur cette thématique : randonnées-balades, sites et musées,
hébergement, restauration..
Audit et accompagnement de sites pour le développement de leur offre à destination des familles (sentier
espaces karstiques, musée traditions et vie, maison de pays)
Conseil à la définition de l'architecture du site web dédié aux enfants. **2006**

| |
|---------------------------------|
| EVALUATION DE PROCEDURES |
|---------------------------------|

- **DEMARCHE TOURISME TERROIR Région Rhône-Alpes** (mai – octobre 2002) TER'avenir
Etude conduite pour le compte de l'ETAT, DRT DRAF et DRAC, maîtrise d'ouvrage Fédération des Pays de
Rhône-Alpes.
Evaluation de la démarche Tourisme Terroir sur deux territoires Chautagne (Savoie) et Diois (Drôme),
Comment mieux caractériser les territoires touristiques à partir de l'entrée Terroir.
Recommandations pour de nouvelles démarches en Rhône-Alpes.

- **Audit des avancées terroir** sur trois territoires Bugey, Forez et Bauges (2003) TER'avenir.

Méthode

Création d'une démarche qualité
Définition du concept, des objectifs
Elaboration du référentiel
Mise en place des procédures (agrément)
Audits suivi évaluation
Accompagnement d'une filière métier
Diagnostic de projets
Définition du projet du réseau
Structuration du réseau
Stratégie marketing
Accompagnement de dispositif de formation

Pour qui ?

Pour des réseaux d'hébergeurs
Pour des réseaux de sites
Parcs naturels régionaux
Comités Départementaux du Tourisme
Réseaux métiers
Filières agricoles

Références

PLAN D' ACTIONS COLLECTIF AUTOUR DE LA MARQUE PARC EN RHONE-ALPES

Marque « Parc » : dans son environnement et face à l'évolution des attentes des publics.

Marque « Parc » en Rhône-Alpes état des lieux, analyse. Synthèse et élaboration d'un positionnement commun. Evolution du marquage des prestations touristiques, élaboration de référentiels marque parc
Définition d'une stratégie opérationnelles d'actions

Référent Les Parcs de Rhône Alpes - Pilotage Monts d'Ardèche 2007 2008 TAMS TER'avenir

DEMARCHE TOURISME « ENFANT FAMILLE » BASSIN DE VIE DE BOURG EN BRESSE AIN

Mission d'accompagnement des Offices de tourisme et professionnels du territoire du bassin de vie de Bourg en Bresse.

Formation à la notion de jeu dans la découverte touristique, accompagnement personnalisé en collaboration professionnels du scénario, et outils de découvertes multimédia (pocket PC, mp3)

Référent : CDRA - CAP 3B - Bassin de Vie Bourg en bresse – Ain - (2007) - TER'avenir TAMS

AUDIT MARQUE ACCUEIL DU PARC – VERCORS – CHARTREUSE – MONTS D'ARDÈCHE - BAUGES

Depuis 2002, mise en place de référentiels pour les hébergements en Vercors au départ : centres de vacances - Gîtes - Hôtels - Camping. Puis adaptation des référentiels pour les autres Parcs.

Audits de la marque Accueil du Parc 2008 – 2010 TAMS TER'avenir

APPUI AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE « ENFANT FAMILLE » CDT AIN

Rédaction de fiches outils par métier sur cette thématique.

Audit et accompagnement de quelques sites pour le développement de leur offre à destination des familles. Assistance sur le site internet offre famille enfants. (2006) - TER'avenir TAMS

DEMARCHE TOURISME « ENFANT FAMILLE » BASSIN DE VIE DE BOURG EN BRESSE AIN

Mise en place accompagnement de la démarche Tourisme Enfants Famille. Organisation de séminaire, formation, conception outils méthodologiques... Suivi de chantiers (2005-2006) - TER'avenir TAMS

DEFINITION D'UN PROGRAMME D'ACCOMPAGNEMENT A LA FILIERE HEBERGEMENTS PARC REGIONAL MASSIF DES BAUGES

Diagnostic de l'offre hébergements chez l'habitant, analyse accompagnement des porteurs de projets
Définition et mise en place d'une nouvelle méthodologie pour accompagner la création et rénovation des lits touristiques... (mai 2005 - 2006) - TER'avenir

MISE EN PLACE DE LA DEMARCHE SEJOURS DE CHARME EN ARDECHE CDT 07

Mise en place d'un référentiel "Séjours de charme" pour les meublés et chambres d'hôtes et recommandations pour la filière. Automne 2003 TER'avenir TAMS - Audit des structures,. (2003 - 2006) TER'avenir

LES SITES DE LOISIRS ET DE PATRIMOINE - ARDECHE

Etude pour l'association Ardèche Loisirs Patrimoine (ALP) en collaboration avec le CDT Ardèche.

Attentes du marché, Diagnostic de l'offre, expertise rapide sur les 35 sites (grottes, musées, sites de loisirs). Analyse sur l'action d'ALP, Recommandations d'axes stratégiques pour ALP. (2004 TAM'S TER'avenir

AUDIT DES MUSEES, ESPACES MUSEOGRAPHIQUES ET SITES CULTURELS DU DEPARTEMENT DU RHONE Etude pour le Comité départemental du Tourisme dans le cadre du schéma départemental. Diagnostic de l'offre, audit des 80 sites et musées culturels présents sur le Département.

Propositions de thématiques transversales, et de grands axes d'actions de soutien à mettre en œuvre. (2003) - TAM'S TER'avenir

GESTION DE LA RELATION CLIENT - COMMERCIALISATION

Méthode

Diagnostic d'organisation de l'information
Recherche de Solution et leur faisabilité
BD Informations, BD Marketing
Outil de réservation
Centre d'appels multicanaux
Outils innovants
Définition architecture de sites internet

Pour qui ?

Agence réceptive
Parc naturel régional
Office de Tourisme
Comité Départemental de Tourisme
Réseau Gîtes de France

Nos références

CONSTRUCTION D'UN ARGUMENTAIRE COMMERCIAL POUR GITES DE FRANCE 2009

Mise en place d'un argumentaire commercial pour permettre aux Relais Départementaux Gîtes de France de démarcher de nouveaux propriétaires. Arguments de ventes, méthode et outils de démarchage

MISE EN ŒUVRE D'UNE DEMARCHE EXPERIMENTALE - CHARTE HORS SAISON ARDECHE

Mission à la demande du Comité Départemental du Tourisme Ardèche

Etude sur les conditions d'une permanence de l'offre touristique sur le territoire, et d'offrir une qualité d'information sur des périodes dites "hors saisons".

Diagnostic de l'offre disponible, ouverture, outil de gestion de l'information, réseau des acteurs.

Proposition d'une charte et de sa méthodologie (mise en réseau, outils d'accès information, conditions d'engagement..) Rédaction d'un cahier des charges pour les outils. (2004) TER'avenir TAM'S

ACCOMPAGNEMENT EVOLUTION DE LA COMMERCIALISATION en Champagne-Ardenne

Mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage à l'association Régionale de Réservation du Tourisme Vert en Champagne Ardennes.

2002- 2003 Rédaction du cahier des charges, assistance au comité de pilotage pour la sélection de cabinets, suivi et encadrement de l'étude, analyse des rapports d'étude, contribution, avis.

2004 : assistance à la mise en œuvre du projet Centrale de réservation – (2002-2004) TER'avenir

CDT ISERE - ETUDE DE FAISABILITÉ D'UNE CENTRALE DE RESERVATION DÉPARTEMENTALE

Vérifier l'opportunité de créer une centrale de réservation départementale ?

Enjeu de lisibilité de l'offre produit, et de l'accès rapide du client vers le prestataire, à travers la préconisation de la mise en place d'un centre d'appels – centre de contacts - (2002) TAM'S

PROMOTION DES VENTES - GITES DE FRANCE DROME

Accompagner le relais départemental dans sa mission de promotion des ventes sur les produits centrales de réservation et les autres labels en accompagnement personnalisé.

Plan d'action annuel / formation adhérents – plan d'action mise en marché Gîtes de séjour – news magazine internet – (2000/2002/2006) TAM'S

CENTRALE DISPONIBILITÉ STATIONS DE SKI de CHARTREUSE

Mise en place d'une centrale de disponibilité

Etude d'opportunité et animation des acteurs sur un concept innovant. – (2000/2001) TAM'S

Méthode

Diagnostic Positionnement marketing
Analyse données clientèles marché France et Europe
Analyse flux - fréquentation - motivations
Analyse qualitative - entretien direct ou focus
Groupe professionnels/table ronde consommateurs
Analyse concurrentielle
Marketing mix produits marchés

Pour qui ?

Territoires,
Grands Sites de France
Sites et musées,
Agences de voyages,
Offices de tourisme
Hébergements,
Toutes entreprises tourisme

Références

ETUDE de positionnement marketing du territoire ORNAN Pays de la Loue 2009 - 2010

Positionnement marketing pour le territoire, préconisations sur le développement et sur l'amélioration de l'offre hébergement, mise en place carte d'hôtes. Plan d'actions et de mise en marché du territoire, gamme optimale de produits touristiques. TAMS

ETUDE COMMERCIALISATION réseau d'acteurs Autunois Morvan

Diagnostic de la commercialisation d'un groupe d'acteurs en Pays Autunois Morvan - Définition en concertation avec les acteurs de ce réseau d'une stratégie de développement de leur commercialisation RADTAM - Pays Autunois morvan 2007 - TER'avenir TAMS

STRATEGIE DE POSITIONNEMENT ET DE COMMUNICATION Marque STATIONS VERTES DE VACANCES 2006 et en cours TAM'S

Mission d'assistance marketing et Communication des Stations Vertes de Vacances - de 2007 à 2009. assistance au Plan Média - Relations Presse - actions promotion active - définition site web TAMS

STRATEGIE DE POSITIONNEMENT ET DE COMMUNICATION Tourisme d'Affaire

Bassin de Vie de Bourg enBresse
Quelle organisation commerciale mettre en place 2006 TAM'S

STRATÉGIE MARKETING du SCHÉMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU NORD - VOLET MARKETING DU SCHÉMA - (2003) - TAM'S Collaboration GEO SYSTEM

STRATÉGIE MARKETING DU TERRITOIRE ARDECHE PLEIN COEUR - 07 LA VOULTE - Stratégie marketing opérationnelle - stratégie de communication - plan d'action chiffré sur 3 ans. - (été 2001 TAM'S)

STRATÉGIE MARKETING CAMPAGNES ET TERROIRS DE RHONE ALPES

Analyse des capacités réceptives des régions rhônalpines hors zone montagne et villes - Développement d'une double stratégie : mise en marché pour les réceptifs et territoires adaptés (offre - organisation - attractivité) - Plan d'action marketing
Et une stratégie de développement/formation de l'offre produits assemblés/à la carte - (2001/2002 et 2006)

STRATÉGIE MARKETING DU SITE LE GRAND SECHOIR : MAISON DU PAYS DE LA NOIX DE GRENOBLE - Positionnement du site - segmentation des publics - plan d'actions commerciales et communication - (2003 - 2004)

GRAND SITE DE FRANCE AVEN D'ORGNAC - STRATEGIE MARKETING ET COMMUNICATION

Définition de la stratégie et du plan d'actions : équipe - moyens - positionnement discours et communication Tourisme durable - environnement- (2001 puis assistance jusqu'en 2003)

GROTTE DE CHORANCHE - STRATEGIE MARKETING ET COMMUNICATION - 160 000 vis.

Positionnement du site - segmentation des publics - plan d'actions commerciales et communication - (1997 - 2000)

GITES DE FRANCE RHONE ALPES - - STRATEGIE MARKETING DU COMITE REGIONAL

Définition de la stratégie et du plan d'actions : équipe - moyens - positionnement discours - Développer du trafic à la Boutique des gites de France à Lyon - accompagner la réflexion promotion. Mise en place d'un plan annuel d'actions commerciales - opération 400 WE - 400 Francs - achat d'espaces média - (1999/2002)

Méthode

Analyse du positionnement marketing et communicant,
Analyse image et notoriété
Etude concurrence
Tests consommateurs – table ronde créativité
Définition concept et réalisation technique éventuelle en sous-traitance avec notre agence graphique.
Conseil en achat de services et définition d'outils
Achats d'espaces publicitaires avec convention de mandat

Pour qui ?

Toutes entreprises ou territoires touristiques
Très Forte expérience musées, sites à thèmes et territoires

Références

CREATION d'une marque destination « Pilat mon parc naturel- PNR Pilat 2009

Offrir à ses partenaires un signe fort de destination touristique, définir un référentiel de valeurs communes. Création d'une plateforme de marque. Action confortée par la déclinaison web : www.monparcnaturel.fr

OT JURA MONTS RIVIERE

Mission d'assistance à la mise en place de la stratégie de communication. Création gamme de brochures, appel, accueil, guide hébergement, carte touristique, site internet - 2007

MUSEE LUMIERE – LYON – COMMUNICATION SERVICES GROUPES

Développement d'une offre pour les groupes adultes – Juin 2004

GRAND SITE de SIXT FER A CHEVAL – Haute Savoie

Communication suite incident éboulement en 2003 – création carto-idées – 11 balades en familles – carte distribuée à 50 000 ex. (juin 2004)

STRATEGIE DE COMMUNICATION TOURISME DURABLE – Parc Naturel Régional du Vercors –

Quelle communication pour le Parc dans le cadre de la charte Européenne du tourisme durable ?

Quelle Communication sur les marchés de proximités ?

Définition de la stratégie de communication – positionnement – valeurs tourisme durable – moyens innovants d'accès à l'information – (printemps 2001)

STRATEGIE DE COMMUNICATION DU LYONNAIS – SIMOLY ET ACOLADE – 80 communes

Quelle communication pour le LYONNAIS sur les marchés de proximité ?

Définition de la stratégie de communication – positionnement – développement du couple produits/tourisme et assistance marketing en (2003 et 2004)

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME ISERE – démarche de positionnement

Proposer une nouvelle campagne de communication.

Accompagner les responsables des différents massifs de l'isère, dans une démarche de définition d'un positionnement communication. – (1998)

POSITIONNEMENT COMMUNICATION ET TOURISME- VILLE DE VOIRON (38)

Audit de l'activité Office de Tourisme et perspectives de communication

Proposition d'un positionnement fort pour le Tourisme à Voiron autour de l'Histoire. – (1998)

STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE GRAND SECHOIR – MAISON DU PAYS DE LA NOIX

Quelle communication vers les publics pour ce site culturel ? Définition du nom du Site.

Définition d'un concept de communication et d'une stratégie en amont de l'ouverture du site. (2003)

GRAND SITE D'ORGNAC – Ardèche – 130 000 vis.

Analyse autour du concept GRAND SITE DE France – tables rondes consommateurs Paris – Marseille – Lyon - Définition d'une stratégie de Communication – équipe – moyens – positionnement discours environnement et communication – (2001/2003) Actions relations presse (2000 et 2002)

SIGNATURE OPERATION GRAND SITE - AVEN D'ORGNAC – RELATIONS PRESSE

Action de Relations Presse France entière - éductours Journalistes (2000 ET 2002)

TOURISME ENFANTS VERCORS – SEJOURS VACANCES ET SCOLAIRES - RELATIONS PRESSE

Action de Relations Presse France entière - éductours Journalistes (2003)

FORMATION – CONFERENCES

NOS FORMATIONS EN MARKETING ET MISE EN MARCHÉ « un plus TAM'S » : voir dossier

Basé sur un travail individuel et en ateliers, nos formations se reposent sur une solide expérience de la mise en marché de produits touristiques. Les stagiaires reçoivent des outils et des méthodes mais aussi un conseil personnalisé sur leur activité propre.

*Formations éprouvées depuis 1998 auprès : **Réseau TISTRA** (Tourisme Industriel et Techniques en Rhône-Alpes) – **Réseau de sites culturels EMPREINTES** – (Haute Savoie) – réseau pro. **ARDECHE PLEIN CŒUR** – réseau hébergeurs **ADT CHARTREUSE** – Centres de vacances de **CAP France ISÈRE** – Réseau Pro **OT CHAUTAGNE** - Parc Naturel Haut Jura
Parc Naturel des Monts d'Ardèche – Lyonnais - Pollenscop*

THEMES ABORDES :

COMMENT DEFINIR MA STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE– MODULES 1 OU 2 JOURS

CREER DES PRODUITS TOURISTIQUES POUR INDIVIDUELS, POURQUOI ET COMMENT ?

DEVELOPPER SA COMMERCIALISATION VERS LES GROUPES – MODULES 1 OU 2 JOURS

DEVELOPPER ET COMMUNIQUER UNE OFFRE ADAPTEE AUX PUBLICS SCOLAIRES

APPRENDRE A TRAVAILLER AVEC LA PRESSE ET REDIGER UN COMMUNIQUE - MODULE 1 JOUR

Interventions dans différents congrès

Congrès national Gîtes de France sur un argumentaire commercial pour de futurs adhérents
2009 TAMS

Congrès national Bienvenue à la Ferme : intervention sur les partenariats

2009 TER'avenir

Séminaire régional Agritourisme en Rhône-Alpes : préparation et animation d'un séminaire à destination de techniciens, et agriculteurs.

Chambre Régionale Agriculture Rhône-Alpes

2008 TER'avenir

Méthode

Développement territorial par le Tourisme solidaire et responsable - Ecotourisme
Développement de formules d'hébergements en espace rural, accueil chez l'habitant
Accompagnement à la structuration d'un réseau d'acteurs, plan de formation
Diagnostic d'un territoire ou d'une filière, élaboration mise en place de plan d'actions.
Assistance à l'étude de projets touristiques.
Montage de produits touristiques et aide à la commercialisation.

Pour qui ?

Associations, Villages, communautés
Réseau de professionnels
Organismes de développement, ONG
Coopération Décentralisée
Afrique de l'ouest, Pays du Maghreb
Europe de l'est
Asie

Références acquises par 13 années d'expérience au sein du réseau Gîtes De France

- 18 ans d'expérience opérationnelle en développement d'une offre d'agritourisme et de tourisme rural en France : produits du terroir, ferme auberge, ferme pédagogique, gîtes, chambres d'hôtes ... de la production à la mise en marché (de 1988-2001)
- Dont 13 ans de direction de deux structures touristiques départementale et régionale Gîtes de France Bienvenue à la Ferme en Région Rhône-Alpes - du développement, à la production, la promotion et l'organisation commerciale dans le domaine du Tourisme
- Suivi des missions au sein des Gîtes de France dans le cadre de développement d'accueil chez l'habitant.
- Expérience en développement agricole et rural, démarches produits du terroir, vente directe

APPUI A LA MISE EN OEUVRE PAYS D'ACCUEIL TOURISTIQUE TAFRAOUT MAROC – 2008-2010

Mission réalisée dans le cadre d'une action de coopération décentralisée entre le Conseil Général de l'Isère et la Région Souss Massa Draa. Diagnostic touristique avec les acteurs locaux, élaboration du programme de développement touristique de cette région rurale, structuration locale.

Référent : Conseil Général Isère

2008 2010 TER'avenir

Dans le cadre d'engagement bénévole :

-La Case d'Alidou Voyage Solidaire BURKINA FASO .

Création et gestion en équipe de l'association la Case d'Alidou association de voyage solidaire au Burkina Faso (depuis 2002 à titre bénévole). Création du projet, organisation des séjours, gestion et promotion, suivi des projets de développement... La Case d'Alidou est membre du réseau national ATES - Association pour un Tourisme Equitable et Solidaire.

- Accompagnement pour la création d'un gîte d'étape sur le haut atlas marocain.

Conseils à la création d'un hébergement touristique au Maroc, dans la vallée de l'Ait Bougmez. Créations de circuits de randonnées famille. Réalisation du support de promotion, et appui au démarchage.

- **Népal** : conseil auprès d'une agence de trekking, présidente d'une association soutenant une école dans un village, développement offre voyage solidaire

Expériences dans divers pays : Burkina Faso, Maroc, Népal, Inde, et DOM.

Anglais

Nos domaines d'expériences PLUS

Nous avons acquis au fil des missions des compétences et des savoirs faire spécifiques dans des domaines ou sur des marchés particuliers. Ces EXPERIENCES CAPITALES, ont enrichi notre capital d'informations sur certains marchés et développé nos savoirs faire. Vous pouvez aujourd'hui en profiter.



Tourisme Enfants Famille

Les enfants et les familles font l'objet de toutes les attentions depuis plusieurs années. Quelles sont les attentes des enfants, et celles de leurs parents en matière de loisirs et de vacances ?

Quelles sont les composantes incontournables d'une destination famille ?

Comment bien communiquer ? Comment rassurer les parents et attirer les enfants ?

Cabinets sélectionnés au niveau national par le LABEL FAMILLE PLUS, lancé par le ministère du Tourisme, nous avons mené de nombreuses missions en ce sens auprès de territoires et de sites touristiques, notamment depuis 2004 dans le département de l'Ain .

Chasse au trésor, jeux de pistes, expositions interactives, nous travaillons en association avec des professionnels du scénario, de la mise en scène et de l'animation enfants.

Mise en tourisme des patrimoines, musées, sites à thèmes

Accompagnant des sites naturels, culturels, ludiques depuis 1996, et des démarches territoriales avec la filière musées et sites à thèmes, nous pouvons aujourd'hui intervenir en : audits de fonctionnement, repositionnement de l'activité et de l'offre présentée, développement des publics individuels et groupes, étude de faisabilité, formation ...

Quelles sont les nouvelles attentes dans les musées, les attentes particulières des différents publics, enfants en famille, groupes scolaires, groupes adultes.

Nous pouvons vous accompagner depuis la création de l'offre à sa commercialisation.

Schéma de Développement

Nous avons accompagné plusieurs territoires pour les aider à mettre en œuvre leur schéma de développement : analyse du marché, analyse de l'offre (avec rendu cartographique), travail participatif acteurs locaux, diagnostic global, définition du positionnement, définition d'une stratégie, élaboration d'un plan d'actions concerté..

Nous travaillons en associant un maximum les acteurs du territoire.

Tourisme en Espace Rural

La campagne est le territoire privilégié de nos interventions et de notre expérience. Par goût, les expériences à taille humaine sont nos terrains privilégiés. Les expériences professionnelles acquises (réseau Gîtes de France Tourisme Vert, Bienvenue à la Ferme, Vercors, Parcs naturels régionaux) nous apportent une bonne connaissance de ce milieu.

Hébergement rural, agritourisme, réseau de producteurs, association de patrimoine rural..., nous pouvons intervenir du développement de l'offre à sa commercialisation.

Formation Marketing et mise en marché

- Vendre aux groupes
- Créer une gamme de produits individuels et les commercialiser
- Apprendre à démarrer des relations presse
- Avoir une réflexion marketing pour son activité
- Apprendre à travailler avec les scolaires

Tourisme Solidaire Responsable

En créant TER'avenir un de mes objectifs est de développer mon activité de conseil à l'étranger auprès de villages, communautés d'accueil, territoires dans des pays d'Afrique ou d'Asie.

Le tourisme avec une approche d'un tourisme solidaire, équitable, responsable mettant l'homme au centre de l'activité touristique (rencontres, échanges, savoir-faire) peut être un véritable moteur d'un développement durable.

Pour ces missions l'expérience acquise de développement touristique en espace rural, notamment au sein du premier réseau européen d'accueil chez l'habitant Gîtes de France s'est enrichie depuis avec des expériences au Burkina Faso, au Népal, au Maroc ...