

**ACTION 1**

Etude d'opportunités

« produits innovants de la destination Atlantique »

Descriptif de l'action dans la candidature :

La conception des produits reposera sur une méthodologie élaborée par les partenaires permettant d'assurer une veille des tendances de consommation des clientèles ciblées non captées par les prestataires nautiques : jeunes enfants, clientèle féminine, adolescents, seniors, clientèle internationale, personnes en situation de handicap, les consommateurs des produits santé bien-être.

Des enquêtes terrain auprès de ces clientèles permettront de définir leurs attentes et de définir quels types de produits et services ces populations pourraient consommer.

FAITS MARQUANTS :

Le tourisme maritime, sur la côte Atlantique, représente une part importante de l'économie des régions qui s'y trouvent. La côte Atlantique offre un éventail complet de sites de pratique nautique : océan Atlantique, îles, mers, estuaires, fleuves, rivières et plans d'eau intérieurs. Les offres déjà présentes sont très diversifiées.

QU'EST-CE QU'ON RETIENT ?

Si certaines Régions sont très avancées en développement du tourisme nautique et de bord de mer, d'autres ont encore du chemin à faire pour développer dans un premier temps l'accès à la mer et une image de région nautique grand public. Pour autant, tous possèdent un potentiel de développement intéressant que ce soit sur des produits « grand public » ou des marchés de niche. Aussi, certains produits existent et sont innovants mais il est très difficile de les faire connaître.

QU'EST-CE QU'ON EXPLOITE ?

Certaines régions vont se concentrer sur une seule cible et un seul produit alors que d'autres ont choisi de se concentrer sur plusieurs cibles et plusieurs produits. De manière générale, le travail mené par les uns sur leurs territoires pourra être exploité par les autres sur leurs territoires.

QUELLES SONT LES CIBLES ?

- Famille avec jeunes enfants
- Famille avec adolescents
- Tribu
- Tourisme scientifique
- Jeunes de 16-25 ans
- Personnes en situation de handicaps
- Seniors
- Femme
- Touriste / résident
- Homme CSP+ pratiquants déjà des activités nautiques
- Les jeunes enfants qui fréquentent la plage et ne viennent pas dans la structure nautique

QUELLES SONT LES ORIENTATIONS PRODUIT ?

Les tendances pour l'innovation se tournent vers :

- 1 • un parcours client « sans coutures » : le séjour se passe de manière fluide et optimale pour le consommateur.
- 2 • la recherche de l'hyper-personnalisation et l'expérience unique
- 3 • l'utilisation des micro-réseaux sociaux : ce sont les utilisateurs qui vont faire la promotion des produits et des destinations.
- 4 • l'effet waouh ! : il faut intégrer un brin de surprise dans le voyage, les prestations.
- 5 • le fair-trade et le slow-tourisme, on s'intéresse à l'envers du décor
- 6 • l'humain : comment on le valorise dans l'expérience du voyageur ?
- 7 • la technologie, l'hyperconnexion mais aussi la digital detox.

