

Attentes des professionnels du tourisme héraultais face à la crise du Covid-19

Enquête Impact économique
du Covid-19

Réalisée en mars 2020
en partenariat avec le CRT Occitanie

Analyse des attentes des professionnels du tourisme héraultais en matière d'actions de communication

- **En termes de communication globale :**

- 1/ Demande forte d'une campagne de communication pour inciter les Français à passer leurs vacances 2020 en France
- 2/ Demande forte d'une communication massive ciblée sur l'attractivité des destinations Hérault et Occitanie

- **Les messages :**

- 1/ Proposition d'une communication visant à rassurer, mettre les touristes en confiance par rapport à la destination
- 2/ Souhait d'une incitation à consommer local, avec l'accent sur le tourisme de proximité, les circuits courts
- 3/ Idée avancée d'une incitation au soutien et à la solidarité envers les professionnels du tourisme héraultais par la réalisation de séjours sur leur département et/ou région

- **Les cibles :**

- 1/ Massivement les Français
- 2/ Prioritairement les habitants d'Occitanie et bassins de proximité
- 3/ Les clientèles européennes (horizon 2021 ??)

Source : Observatoire d'Hérault Tourisme

- **Les contenus évoqués :**

- 1/ Le tourisme rural, les grands espaces pour capitaliser sur une image rassurante
- 2/ L'évènementiel qui serait reporté (favoriser le report plutôt que les annulations) et les animations qui pourraient avoir lieu
- 3/ L'oenotourisme et la valorisation des vins du Languedoc
- 5/ La consommation locale : convivialité dans les bars et restaurants locaux , loisirs nature
- 3/ Le thermalisme
- 4/ Le tourisme d'affaires

- **Les supports cités :**

- 1/ télé, radio, réseaux sociaux, web, magazines, affichage
- 2/ Souhait d'une participation gratuite aux actions marketing ou publicité sur les supports notamment des OT ou partenaires institutionnels (GdF, collectivités, ...)

- **Le calendrier :**

- 1/ Massivement à la sortie de la crise : être opérationnel dès la sortie du confinement
- 2/ Communiquer sur la saison et l'arrière-saison

Source : Observatoire d'Hérault Tourisme

- **Autres suggestions :**

- 1/ Soutenir les petites structures
- 2/ Communiquer sur le fait que les professionnels sont disponibles pendant le confinement (possibilité d'information et/ou réservation)
- 3/ Prévoir d'ouvrir les établissements thermaux cet hiver pour permettre le report des cures
- 4/ Envisager la gratuité des parkings en centre-ville pour soutenir la consommation des bars, restaurants et commerces
- 5/ Imaginer des jeux concours (MPL) pour relancer la consommation
- 6/ Maintenir les congés payés pour soutenir l'activité touristique

Source : Hérault Tourisme / Enquête Covid-19 Analyse des 345 réponses des professionnels héraultais à la question « Quelles seraient vos attentes en matière d'actions marketing et de communication ? » mars 2020