

Tourisme et développement durable - De la connaissance des marchés à l'action marketing

ETUDE ET PUBLICATION TOURISME DURABLE

Date de publication
2011

Format(s) disponible(s)

- Tourisme et développement durable - De la connaissance des marchés à l'action marketing - PDF : 0 EUR

Rapprocher développement durable du tourisme et marketing peut paraître antinomique : « tout cela c'est du marketing », dira le touriste suspicieux de l'engagement sincère d'un entrepreneur engagé dans cette voie.

Pourtant, comprendre les clientèles, réfléchir à une stratégie d'évolution de son offre, bien distribuer ses produits ou communiquer de manière pertinente constituent bien les étapes essentielles de la mise en marché d'un tourisme responsable.

Qui sont ces clients français et étrangers qui choisissent les produits touristiques durables ou sont susceptibles de le faire ?

Cet ouvrage s'attache à préciser les réactions, les voies d'attrait et les freins des différentes clientèles par rapport au développement durable du tourisme.

Il s'appuie, pour cela, sur de nombreuses études nationales et internationales et sur deux nouvelles enquêtes conduites par ATOUT FRANCE sur les marchés allemand, britannique et français.

A partir d'une segmentation générale de ces clientèles touristiques entre « attentistes » et « sensibilisés », les trois marchés étudiés sont découpés en sept socio-groupes.

Cette analyse de clientèle, complétée par des conseils à la fois stratégiques et opérationnels, constitue un outil essentiel pour les professionnels du secteur qui veulent se lancer dans une démarche touristique durable et revisiter leur approche marketing.

Cette étude est également disponible en version papier. Vous pouvez en faire la demande via la boîte mail Publications@atout-france.fr