

Un jour un village

? DÉFINITION

Box pour faire découvrir en une journée et auprès d'un large public, un lieu à potentiel touristique situé en zone rurale.

La box **Un jour un village** propose un programme à la journée, composé :

- ◆ D'un parcours de déambulation par étapes, présenté sous forme de carte sensible ;
- ◆ D'un livret qui accompagne la balade d'une manière ludique ;
- ◆ D'un jeu à deux niveaux (enfant et adulte) sous forme de quizz/énigmes. Une surprise pour le gagnant sera à retirer le jour même chez un partenaire ;
- ◆ De visites et activités dont une insolite. La billetterie est incluse ;
- ◆ De quelques goodies : crayons pour le jeu, carte postale et stickers.

Tout au long du parcours : incitation à rencontrer les acteurs économiques ou culturels locaux (*commerçants, artisans, artistes...*).

DYNAMIQUE ÉCONOMIQUE LOCALE

Offrir une visibilité, faire venir un public, dynamiser un territoire, développer l'activité pour les acteurs économiques et touristiques locaux (partenaires).

La box se propose de mettre en avant des villages, des bourgs ayant un patrimoine à valoriser afin d'apporter une dynamique économique. La communication du produit sera orientée vers les groupes (de 2 à 6 personnes par box / Plus de personnes = plusieurs box).

Les prévisions se portent sur une moyenne de 400 personnes (pour 100 box achetées) à investir le village par saison estivale.

Le public sera incité à rencontrer les acteurs économiques et touristiques - via les différents éléments contenus dans la box - dans les boutiques, commerces, ateliers, sites de productions... La couverture publicitaire de chaque partenaire se fera sur le guide et/ou au verso du plan (avec les autres informations) et sur le web.



LE TOURISTE VISITEUR

Pour les acquéreurs de la box : découvrir un patrimoine local, un retour à l'humain (lâcher-prise, émotions, échanges, authenticité), passer un moment convivial et s'enrichir de nouvelles connaissances d'une manière ludique. Pas besoin de smartphone pour cette balade (80 % des personnes sondées déclare en avoir « marre des écrans »).

Ils trouveront dans la box les outils nécessaires pour être en contact direct avec une nature authentique et participeront par son achat au développement durable et à la protection de l'environnement : préservation des atouts touristiques, coup de pouce à l'économie locale, box en matériaux bio/recyclables.

Réussite de l'expérience client.

- Stimulation des sens : beau paysage (panorama, rivière, forêt...), patrimoine original mis en valeur.
- L'émotion par le jeu. Au-delà de l'apport pédagogique et culturel : convivialité et cohésion au sein du groupe. Un petit challenge se créera car il faut un gagnant (petit cadeau à retirer chez un partenaire, ex. : un bonbon ou une viennoiserie dans la boulangerie, une rose chez la fleuriste, une boisson au café du coin, etc.). Se présente sous forme de QCM, rébus, énigmes... À deux niveaux : enfant et adulte.
- Fil rouge : l'histoire du lieu mais aussi les petites histoires, les légendes et anecdotes.
- Deux visites ou activités (1 h/1h30) : visite du patrimoine existant, ex. château, moulin, belle demeure, musée, parc... et activités types balade en canoë, barque, croisière sur fleuve/river, balade en calèche, petit train mais aussi accrobranche, initiation golf, escalade...
- La visite ou l'activité insolite (exclusivité Un jour un village) sera par exemple l'ascension d'un clocher, la visite d'un chai + dégustation chez un viticulteur, la visite d'entreprise (alimentaire, industriel), la visite d'une ferme (fabrication laitière, élevage divers, salle de traite high-tech, culture originale...), l'initiation à la pâtisserie, l'atelier d'un artiste, l'endroit secret privé etc.
- Le but de tous ces outils est de susciter du contact, du lien avec les acteurs locaux, les personnages hauts en couleur. De parler, d'échanger, de provoquer les sourires et la bonne humeur.

En somme, créer de l'enchantement.

QUEL PUBLIC ?

Familles, actifs, seniors et retraités, groupes (regroupements familiaux, clubs, asso, CE, groupes d'amis...) et aussi camping-caristes, cyclistes et touristes étrangers.

COMMUNICATION

- ◆ Via un référencement optimisé du site internet (SEO / SEA) ;
- ◆ Animation des réseaux sociaux   et nombreux articles sur le blog ;
- ◆ Publicité ciblée : Facebook Ads ;
- ◆ Campagne d'e-mailings au lancement de la saison et lors des périodes de cadeaux ;
- ◆ Presse locale et régionale, nationale spécialisée territoire et tourisme, divers supports touristiques ;
- ◆ Flyers et stickers à disposition chez les partenaires.

CHIFFRES

Vente des premières box : printemps 2018 (mi-avril)

Objectif : 400 personnes minimum à investir le village sur une saison.

OÙ L'ACHETER ?

- Sur le site internet : www.un-jour-un-village.fr
- Dans le village en deux points (ex. tabac-presse, office de tourisme ou GMS / épicerie).

FUTURES BOX *Un jour un village*

Brière/île Fedrun, St Philbert de Grand-Lieu, Doué La Fontaine, Mervent, Layon/St Aubin de Luigné/St Lambert-du-Lattay, St Florent-le-vieil, Abbaretz/Nozay, Rochefort-en-Terre, Le Pellerin, Chalonnes-sur-Loire, Les Gardes, Guérande/ Le Croisic, Basses Vallées Angevines, Riaillé, Iles de Bretagne, Les Monts d'Arrée, Coulon-sur-l'Autize, Clisson, Bourgneuf-en-Retz, Haute Goulaine, Brocéliande, Savennières...

À moins d'une heure d'une grande agglomération.

