

## OPTIMISATION DES VECTEURS DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION

<b>FICHE 24</b>	<b>OBSERVATOIRE REGIONAL DU TOURISME</b>
<b>&gt;Constats</b>	Données d'observation actuelles perfectibles, à ce jour évaluation non systématique des actions.
<b>&gt;Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux maîtriser les évolutions de l'offre et de la demande ;</li> <li>• Mieux relayer ces évolutions vers les partenaires de terrain.</li> </ul>
<b>&gt;Conditions pour réussir</b>	Nécessité de dégager des ressources budgétaires et humaines
<b>&gt;Actions</b>	<p>Amélioration de l'observation touristique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intégration de données de mesure des retombées économique du tourisme ;</li> <li>• Développement du lien entre l'observation et la base de données régionale ;</li> <li>• Développement d'une analyse cartographique des résultats ;</li> <li>• Mise en place d'un programme d'études de clientèle ;</li> <li>• Mise en place d'un programme d'études sectorielles, investigant les différentes thématiques d'excellence ;</li> <li>• Mise en place d'une politique de veille marketing ;</li> <li>• Évaluation des actions engagées avec les procédures ad hoc.</li> </ul>
<b>&gt;Pilote</b>	Comité Régional du Tourisme
<b>&gt;Partenaires associés</b>	Selon les actions d'observation et d'évaluation engagées
<b>&gt;Lancement</b>	2006