



fiche conseil

MON PROJET TOURISTIQUE : MODE D'EMPLOI

SOMMAIRE

Tout projet doit être mûrement réfléchi pour juger de sa pertinence, de sa faisabilité et des enjeux économiques qui en résultent, de ses coûts et finalement de sa rentabilité.

La constitution d'un dossier pour le montage d'un projet doit permettre d'aider à la prise de décision et convaincre les partenaires potentiels privés et publics quant à leur participation à la réalisation du projet.

Selon le type de projet, des étapes du montage du projet peuvent être plus ou moins approfondies.

Pour un projet nécessitant un faible investissement :

- alléger les études préalables
- cibler la recherche de partenaires

Pour un projet à fort investissement :

- Approfondir les études préalables
- Se faire assister d'un ou plusieurs spécialistes

Pour un projet de relance d'un équipement en difficulté :

- Déterminer les causes de l'échec
- Orienter les études préalables vers la recherche de solutions.

Retrouvez dans cette fiche conseil les différentes phases à retenir pour réussir votre projet.

1/ Réfléchir au projet et construire l'activité

- ◆ Clarifier vos envies
- ◆ Vous informer et vous former
- ◆ Les grandes lignes de votre projet
- ◆ L'intégration sur le territoire
- ◆ Cibler votre clientèle
- ◆ Vos ressources humaines
- ◆ La rentabilité de votre projet
- ◆ Analyser et faire un choix
- ◆ Les fiches conseils

2/ Phase de travaux et de lancement

3/ Evaluation - suivi

- ◆ Estimer et faire progresser votre fréquentation
- ◆ Etudier vos clientèles
- ◆ Faire évoluer votre chiffre d'affaires
- ◆ Assurer la satisfaction de vos clients

4/ Adaptation de votre offre



Réfléchir au projet et construire l'activité

Avant de vous lancer dans le développement d'un projet touristique, il est nécessaire de vous poser un certain nombre de questions, qui vous permettront de bien en cerner l'environnement et de définir les enjeux, les objectifs, les conditions de la réussite, les freins/contraintes. Au final, à l'appui de l'analyse que vous ferez des réponses, vous serez en capacité de mesurer si votre projet peut-être mené à bien et dans quelles conditions.

Pour vous aider dans cette démarche, nous vous proposons de répondre à ces différentes questions par écrit, ce qui vous accompagnera en termes de méthodologie et vous servira de guide pour la conduite de votre projet.

Vous reviendrez plusieurs fois sur ces questions et vos réponses pourront varier, par exemple en fonction :

- des contacts que vous aurez pris (ex : comptable, banquier, notaire, agent de développement touristique),
- des opportunités (par exemple foncières) que vous aurez à disposition,
- de l'environnement de votre projet (ex : proche d'un nouveau site touristique),
- des possibilités techniques
- des financements
- etc.

Après un temps de réflexion qui n'est pas compressible, mais qui est difficilement mesurable (il dépend de chaque projet et de chaque porteur de projet), vous devriez disposer d'une analyse complète qui vous permettra de décider ou non de la poursuite de votre projet.

▪ Clarifier vos envies pour préciser vos objectifs

Quelles sont motivations à l'origine du projet ?

Votre objectif est-il économique ? Recherchez-vous un revenu d'appoint ? Un revenu complémentaire ? Souhaitez-vous créer une activité professionnelle ?

Votre objectif est-il patrimonial ? Désirez-vous valoriser un patrimoine bâti, préserver un patrimoine culturel ?

Votre objectif est-il humain ? Etes-vous à la recherche de nouvelles rencontres, de contact humain, d'une ouverture sur l'extérieur ? Avez-vous besoin de vous sentir responsable d'une activité ? Souhaitez-vous valoriser vos compétences, faire appel à d'autres personnes ?

▪ Vous informer et vous former

Après avoir défini votre/vos objectif(s), il est essentiel que vous puissiez prendre le temps de construire votre culture générale sur le secteur du tourisme : mieux connaître le secteur d'activité, les contraintes réglementaires, l'environnement institutionnel, les différents acteurs...

Quelles sont vos connaissances et compétences acquises au préalable (expérience, formation) ?

Etes-vous prêt à apprendre, à vous former ?

▪ Quelles sont les grandes lignes de votre projet ?

Quel type d'activité vous attire le plus (chambre d'hôtes, meublé, camping, hôtel, activité de loisirs...) ?

Disposez-vous d'un terrain, d'un bâtiment ? Prévoyez-vous d'acheter, de rénover ?

Quelles sont vos ressources (fonds propres, emprunts) ?

D'un point de vue personnel, quelles compétences pouvez-vous mobiliser ? Combien de temps pouvez-vous consacrer à votre activité ?

Savez-vous quelles démarches faire pour créer votre activité touristique ? Connaissez-vous la réglementation (sécurité, accessibilité, normes, gestion de personnel, diplômes, agréments, réglementation spécifique à l'activité, etc.) ? Avez-vous vérifié les contraintes d'urbanisme ?

Connaissez-vous les labels, classements, marques en lien avec votre activité ? Envisagez-vous d'aller vers une charte de qualité ?

Avez-vous une idée de la structure juridique avec laquelle vous fonctionnerez ? Capacité, responsabilité, forme sociétaire...

A quelle échéance prévisionnelle voyez-vous la concrétisation de votre projet ?

Avez-vous identifié toutes les étapes prévisionnelles de votre projet ? Fait un rétro-planning ?

Dans l'avenir, quelles évolutions envisagez-vous concernant votre activité ?

▪ Votre projet va-t-il s'intégrer sur le territoire ?

Il s'agit de faire un rapide bilan touristique du territoire :

- Avez-vous une vision claire du tourisme en Côte-d'Or ? Quelle est l'image touristique du département ? Que représente l'activité touristique dans le département ? Quels sont les pôles d'attractivité touristique ? Avez-vous une idée claire de l'offre touristique (hébergements, sites et monuments, activités, évènementiel etc...) ? Connaissez-vous les clientèles qui fréquentent le département ?
- Quels sont les moyens d'accès, les infrastructures (réseaux routiers, ferroviaires...) ?
- Quels sont les services disponibles à proximité ? Qui sont vos concurrents ou partenaires potentiels ? Quelle est la dynamique touristique de votre territoire (animations...) ?
- Comment qualifier votre environnement immédiat (urbanisme, état des bâtiments, abords, nuisances...) ?

Remarque : N'hésitez pas à demander à l'agent de développement de votre collectivité s'il existe un diagnostic de territoire et aux institutionnels, agences de développement touristique (ADT), Pays, Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) de vous accompagner dans cette phase

▪ **Quel type de clientèle allez-vous cibler ?**

Bien connaître les clientèles permet d'adapter vos prestations à leurs besoins. Pour cela, il vous faut réaliser une étude de marché : analyse de la clientèle sur le territoire visé, des concurrents, et des canaux de distribution, etc.

N'oubliez pas de vous documenter sur les tendances de la demande et la typologie de la clientèle ciblée pour une mise en avant de la bonne adéquation entre les offres du projet et les attentes de consommation touristique.

Les structures socioprofessionnelles : ADT, CCI, chambres d'agriculture, labels, groupements d'hébergements peuvent vous aider à mener à bien cette étude.

▪ **Quelles sont vos ressources humaines ?**

Comme toute activité, un projet touristique nécessite des compétences spécifiques, du temps disponible et un engagement humain. Il faut anticiper ces questions.

Êtes-vous prêt à accueillir ? Quel régime social ?

Avez-vous le goût pour l'accueil ? Serez-vous disponible pour vos clients ?

Votre famille, vos proches soutiennent-ils votre projet ?

Vos compétences peuvent-elles être immédiatement mobilisées ou doivent-elles être développées ?

Avez-vous les diplômes requis pour les activités réglementées ?

Souhaitez-vous suivre des formations ?

Régime social : salarié, gérant majoritaire ou en nom propre, microsocial (auto-entrepreneur)... ?

Envisagez-vous une ou des créations d'emplois ?

Avez-vous réfléchi à un ou des partenariats potentiels ?

Avez-vous pensé à l'organisation quotidienne de votre activité ?

Pouvez-vous évaluer le temps de travail nécessaire et votre temps disponible ?

Quelle est la répartition de la charge de travail ? Quelles tâches, à quel moment ?

▪ **Votre projet sera-t-il rentable ?**

Dans un premier temps, il s'agit d'en savoir plus sur la rentabilité des activités existantes, et plus particulièrement celle que vous avez choisie.

Vous pourrez alors effectuer, avec l'aide de différents partenaires, une étude de faisabilité économique approfondie, pour vérifier que votre situation financière actuelle supporte vos investissements et les premières années difficiles... et travailler sur un budget prévisionnel à court et moyen terme.

Quelles sont vos ressources financières ?

- Quelle est votre capacité d'autofinancement ?
- Quelle est votre trésorerie disponible ?
- Quels sont vos emprunts actuels ? Quels emprunts sont à prévoir ?
- Pouvez-vous prétendre à des emprunts, aides, subventions ?

Quels sont les investissements nécessaires ?

- Fonciers (achat de terrain, cautions, réseaux, parking...) ?
- Immobiliers (acquisition ou agrandissement, équipements spécifiques ou nouveaux équipements) ?
- Mobiliers (équipements spécifiques ou nouveaux équipements, décoration, matériel) ?

Remarque : On considère qu'un autofinancement de 20 à 30% des dépenses est un minimum.

Quelles sont les charges ?

- Coût des études (étude de marché, étude de faisabilité ou étude d'opportunité, étude de pré communication, formation...) ?
- Charges de fonctionnement (électricité, gaz, contrôles réglementaires...) ?
- Personnel ?
- Besoin en fonds de roulement ?
- Frais de lancement ?
- Communication ?
- Etc.

Quelles sont les formalités liées à la création de votre activité ?

Par exemple :

- Certificat d'urbanisme, permis de construire, déclaration d'ouverture, autorisation d'exercer, formation, assurance, signalisation, règles sanitaires, règles de sécurité...
- Registre du commerce
- Etc.

Quel est votre seuil de rentabilité ?

- Quel niveau de fréquentation minimum vous permettra de couvrir vos charges ?
- Pour une activité saisonnière, votre trésorerie vous permettra-t-elle de passer les périodes creuses ?
- Avez-vous fixé un ou des tarif(s) pour votre prestation qui vous permette de rentrer dans vos frais, de générer une marge et à terme de dégager du bénéfice ?
- De même, avez-vous réfléchi aux périodes d'ouverture et de fermeture éventuelles, qui pourraient influencer sur le chiffre d'affaires ?

Quelle fiscalité ?

Selon l'activité et le montage juridique retenus, la fiscalité peut être différente : par exemple, BA (bénéfices agricoles), BIC (bénéfices industriels et commerciaux), BNC (bénéfices non commerciaux), micro-BIC...

▪ Comment envisagez-vous de vendre votre prestation ?

Comment assurerez-vous votre promotion ?

- Sur quels éléments souhaitez-vous baser votre communication (stratégie) ?
- Quelle sera "l'annonce" décrivant votre prestation ?
- Quelle sera votre ligne graphique ? logo ?
- À qui vous adressez-vous ? Quelle est votre cible clientèle ?
- Quels supports souhaitez-vous privilégier ? internet ? brochures, flyers, cartes de visite promotionnelles, autres ?

- Avez-vous élaboré une stratégie numérique ? créer votre propre site internet, communiquer sur les réseaux sociaux,... mais aussi faire des liens entre votre site internet et ceux de vos partenaires et ceux des institutionnels, travailler le référencement...
- Quel est votre plan de diffusion (budget et quantité) ?
- Comment mobiliser la presse locale, voire régionale ?

Comment commercialiserez-vous votre prestation ?

- Quels sont les cadres législatifs à connaître ?
- Quels sont les organismes pouvant vous revendre ? à quelles conditions ?
- Quelle est votre stratégie commerciale ?
- Comment vous vendez-vous auprès de la clientèle individuelle ?
- Voulez-vous travailler avec des agences, tour opérateurs, groupes, entreprises ?

Lors de cette phase d'étude, rencontrez les organismes susceptibles de vous aider : Côte-d'Or Tourisme, la CCI, l'agent de développement du pays, la mairie etc.

Hormis si vous disposez vous-même de compétences spécifiques, n'hésitez pas à vous rapprocher, le cas échéant, d'un notaire, d'un conseiller juridique ou fiscal, d'un expert-comptable, d'un architecte, de la mairie (foncier) et de tous les services utiles à la réussite de votre projet.

▪ Analyser et faire un choix

Une fois que vous aurez une vision claire des réponses à ces différentes questions, vous pourrez faire une analyse des réponses qui y seront apportées et décider de la poursuite ou non de votre projet.

Lorsque vous aurez pris votre décision et si vous choisissez de vous lancer, le mieux est d'établir un dossier de présentation de votre projet, qui reprend une synthèse des éléments travaillés ci-dessus et qui s'avèrera utile pour vous-même, comme synthèse de travail mais aussi pour vos partenaires, votre banquier ou vos partenaires éventuels.

▪ Pour en savoir plus, voir les fiches conseils

Retrouvez sur notre site professionnel un certain nombre de fiches conseils qui vous guideront dans l'élaboration de votre projet - de sa conception à sa promotion.

En voici quelques-unes :

- Je souhaite créer ou reprendre un hôtel
- Je souhaite aménager un camping
- Je souhaite ouvrir un meublé
- Promouvoir son offre
- Etre présent sur Internet et les réseaux sociaux
- Travailler avec la presse
- Travailler avec les pros du voyage
- Etc.

Phase de travaux et lancement

S'ensuivra la nécessaire phase de concrétisation de votre projet, de construction et/ou rénovation et/ou de reprise, qui selon chaque projet est très différent, peut être relativement réduit dans le temps, ou prendre à l'inverse de nombreux mois.

En effet, selon les contraintes notamment d'urbanisme, qui auront été identifiées, la durée des études préalables et le temps dévolu aux travaux sont difficilement mesurables.

C'est pourquoi, en tant que spécialistes du tourisme, nous ne sommes pas les mieux placés pour vous aider sur cette phase là.

Evolution et suivi

Dès le lancement de votre activité, des indicateurs et des actions peuvent être mis en place en termes de suivi. En voici quelques exemples :

▪ Estimer et faire progresser votre fréquentation

Faire un comptage mensuel et annuel, définir une tarification haute saison, basse saison, mettre en place des actions promotionnelles sur les périodes de faible fréquentation, ajuster les périodes et horaires d'ouverture, calibrer les recrutements de saisonniers...

▪ Etudier votre clientèle

Leur provenance (France, étranger, région), leur typologie (groupes, individuels, familles, couples, jeunes, catégories socioprofessionnelles, etc.), cibler des actions de communication prioritairement sur les marchés les plus porteurs (fidélisation et conquête de nouveaux marchés), identifier les actions menées par des partenaires sur ces marchés et organiser des partenariats.

▪ Faire évoluer votre chiffre d'affaires

Réajuster sa grille tarifaire, développer des activités complémentaires, élargir les périodes d'ouverture...

▪ Assurer la satisfaction de vos clients

Mettre en place des questionnaires pour mesurer la satisfaction des clients, assurer le suivi des plaintes et y répondre systématiquement avec un geste commercial, ajuster la prestation...

Ces quelques tableaux de bords, faciles à mettre en place et à suivre dans le temps, peuvent vous donner des indications simples sur la relation que vous entretenez avec vos clients. Ils doivent être conduits en parallèle aux indicateurs comptables et financiers (budget prévisionnel, compte de résultat, bilan, trésorerie, etc.).

Adapter votre offre

Une fois votre activité lancée, il est important de faire régulièrement le point sur votre offre pour ne pas être en décalage par rapport aux évolutions du marché. Pour vous aider dans cette phase, n'hésitez pas à reprendre tout ou partie de la démarche que nous venons de dérouler ci-dessus.

Adapter son offre, c'est s'astreindre à s'adapter à son environnement, aux besoins et attentes des clientèles, qui évoluent constamment. Il s'agit de réfléchir à une stratégie de développement, c'est à dire une programmation dans le temps des actions à mener.

Il faut régulièrement travailler sur l'organisation de l'entreprise, la communication interne et externe, les techniques de production et de gestion, les moyens humains matériels ou financiers mis au service du développement de l'activité. Et aussi se réinterroger sur les investissements nécessaires à l'adaptation de son offre pour rester compétitif sur le marché touristique.