



NOS REFERENCES



**Vers une stratégie de tourisme durable
sur votre territoire**

ID-Tourism, conseil en marketing, innovation et développement durable du tourisme
Accompagner les professionnels et les destinations aux nouveaux enjeux du secteur



**ID-Tourism, des idées innovantes
au service du tourisme de demain**

Le secteur du tourisme évolue très vite, les attentes des clients et leur manière de vivre leur voyage également. Revolution digitale, développement durable, économie collaborative, relation client, etc. Pour le professionnel et l'institutionnel du tourisme, il est devenu prioritaire de comprendre ces enjeux et de s'adapter. Notre métier de consultant, c'est vous appuyer à décrypter les signaux faibles impactant votre organisation, trouver les idées innovantes et vous accompagner pour les mettre en pratique au sein de votre structure (collectivités locales, hébergements, tour-opérateur et agences de voyages).

ID-Tourism

Guillaume CROMER

12 rue Riquet 75019 PARIS

Tel : 06 99 29 47 29 - g.cromer@id-tourisme.fr

www.id-tourisme.fr

Nos références

FRANCE

<i>Stratégie Marketing</i>	<i>Nom du projet :</i>	Stratégie de développement écotouristique du Pays Durance Provence dans le cadre d'une candidature à l'appel à projet européen POIA Espace Valléen
	<i>Année :</i>	Janvier 2015 – Décembre 2015
	<i>Lieu :</i>	FRANCE – Alpes de Haute Provence
	<i>Client :</i>	Pays Durance Provence
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Appui au Pays Durance Provence à la rédaction de la stratégie écotouristique du territoire
	<i>Poste :</i>	Coordination de la mission - chef de projet
	<i>Activités :</i>	Diagnostic approfondi du territoire ; Recherche bibliographique – Recherche d'identité du territoire Organisation et animation des ateliers de concertation ouverts avec les habitants, les socio-professionnels et les élus ; Benchmarking Co-construction de la stratégie en écotourisme à 6 ans Rédaction du plan d'actions pluriannuel à 6 ans

<i>Etude d'impacts</i>	<i>Nom du projet :</i>	Etude d'impacts économique et social de la société Evaneos – Agence d'intermédiation
	<i>Année :</i>	Janvier 2016 – Juin 2016
	<i>Lieu :</i>	FRANCE & INTERNATIONAL
	<i>Client :</i>	Evaneos
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Réalisation d'une étude d'impacts économique et social des partenaires réceptifs d'Evaneos dans une cinquantaine de destinations. Analyse de la création d'emplois directs et indirects et de la richesse dans les destinations depuis le partenariat avec Evaneos.
	<i>Poste :</i>	Coordination de la mission - chef de projet
	<i>Activités :</i>	Création d'un guide d'entretien. Réalisation des entretiens avec 60 partenaires par Skype & récolte des données qualitatives et quantitatives Analyse des données et réalisation d'infographies spécifiques.

<i>Etude de faisabilité</i>	<i>Nom du projet :</i>	Accompagnement à la création d'un tiers-lieu hybride « Incubateur / Office de tourisme nouvelle génération / Centre de ressources » en milieu rural
	<i>Année :</i>	Décembre 2014 – en cours
	<i>Lieu :</i>	FRANCE – Gers
	<i>Client :</i>	Communauté de Communes de la Lomagne Gersoise
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Accompagnement de la collectivité dans la définition et la faisabilité d'un tiers-lieu hybride intégrant un incubateur d'entreprises positionnées sur le tourisme durable, un office de tourisme nouvelle génération et un centre de ressources en milieu rural dans le Gers.
	<i>Poste :</i>	Chef de projet - Consultant

	<i>Activités :</i>	Entretien avec les différents élus sur les attentes du projet et la taille du projet ; Rédaction d'un cahier des charges pour la recherche d'un cabinet d'architecte ; Note de synthèse présentant les grands enjeux précis d'un tiers-lieu hybride de ce type et benchmarking de lieux équivalents en France et dans le monde. Présentation de modèles économiques de chaque espace.
--	--------------------	---

<i>Animation Conférences</i>	<i>Nom du projet :</i>	Animation d'une conférence et table ronde « Tourisme durable : effet de mode ou vrai tournant » par le CCI Côte d'Opale
	<i>Année :</i>	Décembre 2015
	<i>Lieu :</i>	FRANCE
	<i>Client :</i>	CCI Côte d'Opale
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Préparation et animation d'une conférence sur les grands enjeux du tourisme durable pour les professionnels et d'une table ronde sur le marketing vert.
	<i>Poste :</i>	Conférencier
	<i>Activités :</i>	Préparation du support adapté en fonction du public Préparation de la table ronde en prenant contact avec les différents intervenants.

<i>Stratégie Ingénierie Coordination</i>	<i>Nom du projet :</i>	Etude marketing territorial autour d'un projet de route thématique sur le littoral
	<i>Année :</i>	Mars – mai 2015
	<i>Lieu :</i>	FRANCE – Basse Normandie
	<i>Client :</i>	Association Mer et Terroir du Cotentin et du Bessin (AMCTB)
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Réalisation d'une étude de marché et d'un support opérationnel pour la co-construction d'un projet de route touristique pour valoriser les métiers et les savoir-faire du territoire.
	<i>Poste :</i>	Consultant stratégie marketing
<i>Activités :</i>	Diagnostic territorial & Identification des clientèles réactives sur des offres en courts-séjours en distinguant une segmentation fine ;	

<i>Outils de formation Villages Vacances</i>	<i>Nom du projet :</i>	Création des outils de formation en développement durable pour les salariés de « Villages Nature »
	<i>Année :</i>	Octobre 2014 – Juin 2015
	<i>Lieu :</i>	FRANCE
	<i>Client :</i>	Villages Nature (Pierre & Vacances Center Parcs & Eurodisney) en partenariat avec le cabinet Des Enjeux & Des Hommes
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Conception des outils de formation présentielle et en ligne pour les futurs salariés du Village Vacances sur les questions de développement durable et de tourisme durable.
	<i>Poste :</i>	Sous-traitant spécialisé des questions de tourisme durable
	<i>Activités :</i>	Entretiens avec les différents porteurs de projets sur l'orientation du projet et les besoins de la sensibilisation des salariés Conception du programme de formation et des outils de formation en matière de développement durable et de tourisme responsable.

<i>Stratégie Ingénierie Coordination</i>	<i>Nom du projet :</i>	Coordination du pôle d'excellence touristique en écotourisme / itinérance douce / slowtourisme
	<i>Année :</i>	Janvier 2015 – en cours
	<i>Lieu :</i>	FRANCE
	<i>Client :</i>	Ministère des Affaires Etrangères
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Fédérateur du pôle d'excellence pour présenter des recommandations au Ministère afin de faire de la France une destination référente en écotourisme à l'international.
	<i>Poste :</i>	

	<p><i>Poste :</i> Coordination de la mission - chef de projet</p> <p><i>Activités :</i> 35 professionnels, élus et associations auditionnés Diagnostic et benchmarking de la filière Itinérance en France et à l'étranger Rédaction du rapport de recommandations et remise auprès de M. Matthias Fekl, secrétaire d'Etat à la Promotion au Tourisme le 15 septembre 2015.</p>
--	--

<i>Ingénierie Formation Marketing</i>	<p><i>Nom du projet :</i> Accompagnement technique pour le démarrage de l'appel à initiatives écotourisme Massif des Vosges</p> <p><i>Année :</i> Avril 2015 – Décembre 2015</p> <p><i>Lieu :</i> FRANCE</p> <p><i>Client :</i> Les PNR des Vosges du Nord et Ballons des Vosges</p> <p><i>Principales caractéristiques du projet :</i> Appui à la création de produits écotouristiques dans le massif des Vosges en adéquation avec les différentes typologies de clientèles européennes</p> <p><i>Poste :</i> Coordination de la mission - chef de projet</p> <p><i>Activités :</i> Reformulation des critères de l'écotourisme qui seront diffusés auprès des professionnels du Parc; L'organisation d'un appel à initiatives pour encourager les parties prenantes du territoire à développer des produits originaux ; Audit, sélection des produits originaux, et accompagnement des opérateurs à l'élaboration finale puis commercialisation des produits sélectionnés.</p>
---	---

<i>Stratégie marketing</i>	<p><i>Nom du projet :</i> Ecotourisme : Analyse des Niches de marché en écotourisme, au niveau européen.</p> <p><i>Année :</i> Décembre - février 2014</p> <p><i>Lieu :</i> FRANCE</p> <p><i>Client :</i> Les PNR des Vosges du Nord et Ballons des Vosges</p> <p><i>Principales caractéristiques du projet :</i> Réalisation d'une étude de marché et d'un support opérationnel pour l'élaboration de produits écotouristiques</p> <p><i>Poste :</i> Consultant Stratégie Marketing</p> <p><i>Activités :</i> Identification des clientèles réactives sur des offres en éco tourisme, en distinguant une segmentation fine, Identification des sources d'information principales Elaboration de supports opérationnels pour construire et réaliser un produit écotouristique répondant aux attentes des clients et un plan d'actions marketing associé.</p>
--------------------------------	--

<i>Responsabilité Sociétale des Tour-opérateurs</i>	<p><i>Nom du projet :</i> Déploiement du programme de certification Travelife pour les tour-opérateurs – Programme Européen Leonardo</p> <p><i>Année :</i> Décembre 2013 – Mars 2016</p> <p><i>Lieu :</i> FRANCE</p> <p><i>Client :</i> ECEAT – European Center for Ecotourisme & Agro Tourism (Holland)</p> <p><i>Principales caractéristiques du projet :</i> Déploiement du programme de certification Travelife pour les tour-opérateurs en France. Adaptation du référentiel. Formation. Accompagnement personnalisé.</p> <p><i>Poste :</i> Chef de projet FRANCE</p> <p><i>Activités :</i> Traduction des outils de formation, de reporting et de bonnes pratiques en matière de tourisme durable pour les tour-opérateurs. Création d'un outil de formation spécifique à la durabilité des pratiques d'activités en milieu de montagne ; Formation collective et accompagnement personnalisé de tour-opérateurs dont Transat France.</p>
---	---

<i>Stratégie marketing</i>	<i>Nom du projet :</i>	Tourisme Responsable en Catalogne : Etat des lieux des politiques de tourisme responsable en France et mise en avant des possibilités d'adaptation en Catalogne.
	<i>Année :</i>	Décembre - février 2014
	<i>Lieu :</i>	FRANCE
	<i>Client :</i>	Office de tourisme de la catalogne à Paris
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Etude qualitative & recommandations
	<i>Poste :</i>	Consultant Stratégie Marketing
	<i>Activités :</i>	Mise de avant de la demande Française actuelle en tourisme responsable; Mise en avant des potentialités éco-touristiques de la région Catalogne ; Recommandations stratégiques.

<i>Ingénierie marketing & certification</i>	<i>Nom du projet :</i>	Etude diagnostique du tourisme responsable en Lozère & préconisations pour la mise en place d'un programme d'appui à la labellisation des hébergeurs
	<i>Année :</i>	Juin - Juillet 2013
	<i>Lieu :</i>	LOZERE, FRANCE
	<i>Client :</i>	Comité Départemental du Tourisme de Lozère
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Diagnostic du tourisme responsable en France et en Lozère. Benchmarking de programmes d'accompagnement à la labellisation des professionnels. Recommandations stratégiques.
	<i>Poste :</i>	Chef de projet
	<i>Activités :</i>	Coordination de la mission. Etat des lieux des tendances actuelles du voyage et du tourisme responsable en France Analyse bibliographique et interview de parties prenantes Benchmarking Préconisations stratégiques

<i>Ingénierie marketing & certification</i>	<i>Nom du projet :</i>	Benchmarking & positionnement touristique de la ville d'Aix en Provence
	<i>Année :</i>	Avril – Octobre 2011
	<i>Lieu :</i>	FRANCE
	<i>Client :</i>	Ville d'Aix-en-Provence
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Benchmarking & redéfinition du positionnement touristique de la ville
	<i>Poste :</i>	Consultant en charge du Benchmarking
	<i>Activités :</i>	Benchmarking & définition d'un positionnement touristique de la ville (en collaboration avec la société SOMIVAL et le cabinet EPO) Définition des grandes orientations stratégiques internationales pour la ville

<i>Stratégie marketing</i>	<i>Nom du projet :</i>	Plan marketing pour le CRT Aquitaine et adaptation de son organisation
	<i>Année :</i>	Octobre 2011 - Février 2012
	<i>Lieu :</i>	FRANCE
	<i>Client :</i>	CRT Aquitaine
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Volonté du CRT Aquitaine de repenser sur plan marketing du tourisme & l'adaptation de son organisation interne à cette nouvelle stratégie
	<i>Poste :</i>	Consultant Stratégie Marketing
	<i>Activités :</i>	Conception et rédaction d'un plan marketing pour le comité régional du tourisme d'Aquitaine et adaptation de l'organisation du CRT en fonction des nouveaux objectifs privilégiant le développement touristique durable (en collaboration avec le cabinet ALTER ANGLE et le Groupe PLANETH)

<p><i>Stratégie de développement - écotourisme</i></p>	<p><i>Nom du projet :</i> Appui à la stratégie de développement marketing de l'association de tourisme solidaire E-Changeons le Monde, membre de l'ATES</p> <p><i>Année :</i> Novembre – Décembre 2011</p> <p><i>Lieu :</i> FRANCE</p> <p><i>Client :</i> E-Changeons le Monde – Dispositif Local d'Accompagnement</p> <p><i>Principales caractéristiques du projet :</i> Association de tourisme solidaire en proie à des difficultés économiques. Nécessité d'un recadrage et d'une adaptation de son positionnement par rapport au marché.</p> <p><i>Poste :</i> Consultant Tourisme solidaire</p> <p><i>Activités :</i> Diagnostic des activités & des finances ; Recommandations d'un nouveau positionnement marketing et d'une nouvelle segmentation; Rédaction de la stratégie de développement marketing à 3 ans.</p>
--	---

INTERNATIONAL

<i>Ingénierie marketing & certification</i>	<i>Nom du projet :</i>	Elaboration et appui à la gestion du référentiel de certification national du tourisme équitable adapté aux territoires et acteurs du Bénin (phase 2)
	<i>Année :</i>	novembre – janvier 2014
	<i>Lieu :</i>	BENIN
	<i>Client :</i>	ECOBENIN
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Création d'un label de certification national de qualité, intégrant une démarche d'encouragement et de progression pour l'ensemble des acteurs du tourisme béninois
	<i>Poste :</i>	Chef de projet
	<i>Activités :</i>	Coordination de la mission. Benchmark mondial des labels et certifications dans le secteur du tourisme durable Elaboration des critères du référentiel Organisation des séminaires participatifs Test du référentiel auprès des structures pilotes Rédaction finale du référentiel et de ses critères d'attribution et de progression

<i>Ingénierie marketing & certification</i>	<i>Nom du projet :</i>	Etude diagnostique des produits et opérateurs du tourisme équitable au Bénin avec l'analyse de la viabilité d'un label de certification nationale (phase1)
	<i>Année :</i>	janvier – mars 2013
	<i>Lieu :</i>	BENIN
	<i>Client :</i>	ECOBENIN
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Diagnostic pour la création d'un programme national de certification en matière de tourisme équitable au Bénin
	<i>Poste :</i>	Chef de projet
	<i>Activités :</i>	Coordination de la mission. Organisation et animation de rencontres multi-acteurs privés / publics Analyse de la faisabilité de la certification.

<i>Stratégie Marketing</i>	<i>Nom du projet :</i>	Elaboration du rapport : Initiative de la francophonie en faveur des Petits Etats Insulaires en Développement sur le tourisme durable
	<i>Année :</i>	Octobre-Novembre 2014
	<i>Lieu :</i>	FRANCE / SEYCHELLES / SAMOA
	<i>Client :</i>	IFDD / Organisation Internationale pour la Francophonie
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Rédaction du rapport et mise en avant des bonnes pratiques de tourisme durable au niveau international dans les Petits Etats insulaires en Développement (PEID).
	<i>Poste :</i>	Benchmarking / Rédaction du rapport.
	<i>Activités :</i>	Diagnostic Benchmarking des initiatives du tourisme durable sur les Petits Etats Insulaires en Développement Extrapolation des résultats et mise en évidence des bonnes pratiques à diffuser pour l'ensemble des PEID. Rédaction du rapport et de la présentation Power Point.

<i>Ingénierie marketing</i>	<i>Nom du projet :</i>	Appui à la commercialisation de produits écotouristiques d'itinérance en France et au Maroc dans le cadre d'une coopération décentralisée
	<i>Année :</i>	juillet – Septembre 2011
	<i>Lieu :</i>	FRANCE - MAROC
	<i>Client :</i>	Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Projet de coopération décentralisée entre le Parc naturel régional des Landes de Gascogne et de la Province El Hajeb (Maroc) autour de l'écotourisme itinérant.
	<i>Poste :</i>	Consultant
	<i>Activités :</i>	Analyse des circuits écotouristiques itinérants. Recherche de tour-opérateurs revendeurs en France et en Europe. Mise en relation avec les territoires.

<i>Stratégie de développement - écotourisme</i>	<i>Nom du projet :</i>	Etude de relance d'un projet d'écotourisme communautaire & appui des communautés locales au Kenya
	<i>Année :</i>	Octobre - Novembre 2009
	<i>Lieu :</i>	KENYA
	<i>Client :</i>	Telcom Kenya / Kasigau Conservation Trust
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Projet de tourisme communautaire, initié par l'USAID, à l'abandon depuis un an. Nécessité de soutien du projet écotouristique comme outil de lutte contre les conflits Hommes / Eléphants.
	<i>Poste :</i>	Consultant Ecotourisme
	<i>Activités :</i>	Diagnostic territorial & touristique. Mise en évidence de la problématique de conservation environnementale. Rédaction d'une stratégie de relance du projet écotouristique. Appui au développement de l'organisation en charge du projet.

<i>Audit</i>	<i>Nom du projet :</i>	Audit d'hébergements éco-responsables & rédaction du guide touristique Tao Vietnam
	<i>Année :</i>	Novembre 2010 – Janvier 2011
	<i>Lieu :</i>	VIETNAM
	<i>Client :</i>	Viatao
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Audit d'hébergements, de restaurants et d'activités éco-responsables au Vietnam & rédaction du guide du tourisme responsable Tao Vietnam aux éditions Viatao.
	<i>Poste :</i>	Consultant / Rédacteur en tourisme durable
	<i>Activités :</i>	Recherche d'hébergements & d'activités éco-responsables. Visite & audit des sites selon 36 critères. Rédaction pour le guide touristique.

<i>Stratégie de développement – tourisme communautaire</i>	<i>Nom du projet :</i>	Etude de faisabilité et accompagnement à la mise en place d'un projet de tourisme communautaire au Sud-Cameroun
	<i>Année :</i>	Mars – Juin 2007
	<i>Lieu :</i>	CAMEROUN
	<i>Client :</i>	AFRECAM
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Projet d'écotourisme communautaire basé dans le Sud-Cameroun (région de Campo Ma'an) à Ako'okas mené par l'ONG AFRECAM
	<i>Poste :</i>	Consultant Tourisme Communautaire
	<i>Activités :</i>	Diagnostic territorial & touristique. Analyse de la faisabilité technique et financière du projet. Rencontre avec l'ensemble des populations locales. Analyse de la faisabilité de la création d'une organisation villageoise de gestion et de du développement du projet touristique. Appui à la mise en place du projet avec AFRECAM. Renforcement des capacités de l'association AFRECAM en gestion de projet de tourisme communautaire. Appui à la création de produits touristiques valorisant les patrimoines locaux.

<i>Audit & actions correctives – tourisme communautaire</i>	<i>Nom du projet :</i>	Diagnostic, recommandations et appui à la mise en place d'actions correctives sur le projet de tourisme communautaire de Kochkor, Kirghizstan
	<i>Année :</i>	Mars – Juillet 2006
	<i>Lieu :</i>	KIRGHIZSTAN
	<i>Client :</i>	Kyrgyz Community Based Tourism Association - KCBTA
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Projet de tourisme communautaire, initié par Helvetas, organisme de coopération suisse pour la création d'emplois et de revenus complémentaires au Kirghizstan.
	<i>Poste :</i>	Consultant
	<i>Activités :</i>	Diagnostic territorial & touristique. Mise en évidence de problématiques liées à la création de nouveaux produits touristiques et de gestion des jalousies entre les membres de la communauté. Préconisations correctives. Appui à la mise en place des actions correctives.

<i>Stratégie de développement – tourisme solidaire</i>	<i>Nom du projet :</i>	Mise en place d'un projet de tourisme solidaire au Népal
	<i>Année :</i>	Mars – Juillet 2005
	<i>Lieu :</i>	NEPAL
	<i>Client :</i>	Maison du Népal – Sentiers pour l'Enfance
	<i>Principales caractéristiques du projet :</i>	Création d'un projet de tourisme solidaire au Népal en partenariat avec une agence réceptive à Kathmandu et des projets d'aide à l'enfance à Kathmandou.
	<i>Poste :</i>	Consultant
	<i>Activités :</i>	Analyse des besoins en matière d'aide à l'enfance à Kathmandou. Analyse des attentes et des volontés de l'agence réceptive en matière de business et de solidarité. Création de partenariats au niveau local et de produits adaptés, répondant aux attentes des clientèles.