

6.1. Mettre en œuvre un plan de communication

DESCRIPTION					
Objectif de l'action		Faire découvrir l'accompagnement et les outils de la FTPL pour le développement d'un tourisme durable			
Résultats attendus		Une sollicitation de la FTPL par les acteurs du tourisme et l'utilisation des outils mis en place			
<p>Le but premier de la campagne de communication est cognitif (faire connaître) afin de faire découvrir toutes les actions qui intègrent la stratégie de professionnalisation et l'accompagnement des prestataires touristiques vers le développement des pratiques durables et pour tous. La continuité de la campagne a pour vocation d'être conatif (faire agir) par l'utilisation des outils, l'accompagnement de la FTPL et les actions mises en place chez les prestataires touristiques.</p> <p>Les objectifs de la communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informer sur la stratégie de tourisme durable ▪ Créer un engagement et du lien entre le tourisme durable, les acteurs et leur client ▪ Renforcer la place de la FTPL comme la structure référente dans l'accompagnement et le développement des pratiques durables 					
Indicateurs		Nombre d'inscrits aux formations tourisme durable, nombre d'auditeurs podcast, nombre de labellisé, enquêtes de satisfaction...			
ACTEURS DE LA MISE EN ŒUVRE					
Pilote	FTPL	Partenaires		Financeurs	FTPL