

GUIDE METHODOLOGIQUE - PROJET NAUTIQUE INTEGRE 2020-2022

Phases		Outils et livrables, à titre indicatif	
PHASE 1 – DIAGNOSTIC DE LA STRUCTURE NAUTIQUE ET DU TERRITOIRE CONCERNE		EXEMPLES D'OUTILS MOBILISABLES	LIVRABLES
1.1	Portrait de la structure nautique et du territoire : il vise à définir les traits saillants de la structure nautique et du territoire du point de vue de leur stratégie touristique (valeurs, cibles, positionnements), économique, sociale et environnementale, ainsi que des dynamiques inter-acteurs existantes.	<ul style="list-style-type: none"> - conclusions d'une mission de modernisation déjà existante (NEB) ou d'un accompagnement au titre de "territoire d'excellence nautique" (F360) ; - conclusion d'une étude ad-hoc sur les clientèles ; - synthèse du projet de territoire, de schémas ou documents stratégiques en matière de tourisme ou nautisme du territoire ; - méthode QQOCQP ; - contexte canvas (valeurs) ; - cartographie des parties prenantes. 	- synthèse miroir valeurs, cibles, positionnement (territoire/structure nautique), éléments de contexte de la filière.
1.2	Analyse du parcours client : il s'agit de confronter les clientèles cibles (communes à la structure nautique et à son territoire) au filtre des 6 fonctions stratégiques touristiques associées à la chaîne de valeur touristique. Ces 6 fonctions sont : notoriété, communication et commercialisation, organisation spatiale et mobilité, hébergement, restauration et alimentation, activités, coordination et inter-maillon.	<ul style="list-style-type: none"> - observation sensible ; - étude des personnas ; - carte d'empathie "expérience client". 	<ul style="list-style-type: none"> - chaîne de valeur miroir (territoire/structure nautique ; - business model actuel (territoire/structure.
PHASE 2 – PLAN D' ACTIONS			
2.1	Elaboration des actions à réaliser par la structure et les autres acteurs : la phase 1 aura permis de faire ressortir des enjeux à la fois pour la structure et le territoire, au regard des clientèles cibles communes et des positionnements touristiques convergents. Afin de faire face à ces enjeux (nouvelle proposition de valeur, de clientèle ou de partenaires), un plan d' actions sera proposé, en identifiant clairement les maîtres d' ouvrage, les moyens nécessaires et le calendrier de réalisation.	<ul style="list-style-type: none"> - atelier participatif ; - atelier de l'innovation (NEB) ; - mapping des actions ; - animation des prestataires par une mise en réseau ; - renforcer la visibilité par exemple par la démarche "Espace Mer"; - renforcer la mise en marché...etc 	<ul style="list-style-type: none"> - business model souhaité (territoire/structure) ; - plan d'actions multi-sujets et multi-maîtres d'ouvrage.
Afin de garantir dans le temps la pérennité du projet nautique, une attention particulière sera accordée au programme d'actions au regard :			
•	Du modèle technique : innovation de forme, d'usage, technologique, spécification du projet, singularisation du projet au regard de l'identité, approche durable, en phase avec les enjeux Breizh COP.		
•	Du modèle organisationnel : quels partenaires, quelle inclusion dans la chaîne de valeurs ;		
•	Du modèle économique : phases de « déploiement / lancement » et de « vie / évolution » du projet, positionnement / implication financière de chaque acteur, partenariat public privé, captation et/ou création de valeur.		
2.2	Elaboration d'un plan d'évaluation et d'amélioration continue : les maîtres d'ouvrage identifiés dans le plan d'actions seront accompagnés pour définir les indicateurs de réalisation et de résultat des actions.	<ul style="list-style-type: none"> - méthode PDCA (plan, do, check, act) ; - méthode "agile" ; - diagramme de Gantt. 	- tableau de bord.