

# L'HOSPITALITÉ

## SELON LES ORGANISMES INSTITUTIONNELS DE TOURISME

99%

des visiteurs sont en attente d'hospitalité

95%

des destinations considèrent que l'hospitalité est un facteur de différenciation

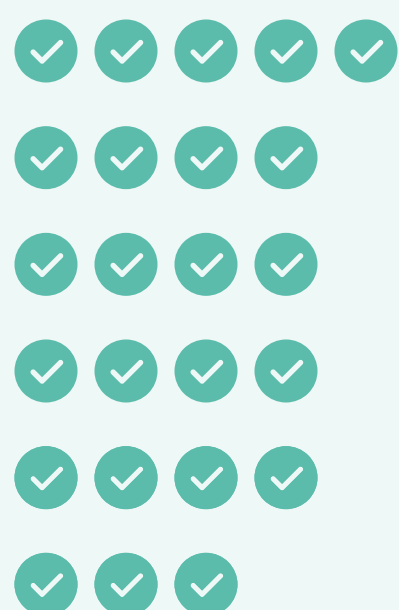
- Touristes
- nouveaux arrivants
- excursionnistes

3 types de visiteurs pour lesquels le plus de besoins sont ressentis

### Accueillante + Authentique + Bienveillante

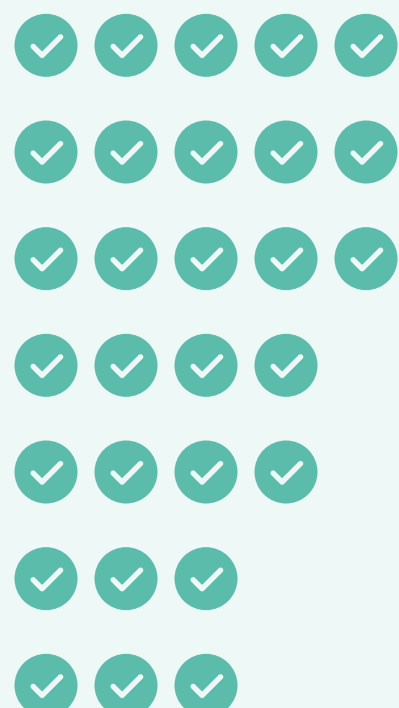
sont les 3 mots qualifiant la population locale

#### Des besoins humains ressentis en :



- renseignements
- efforts faits pour aider
- respect/civisme
- acceptabilité
- efforts linguistiques
- formation des acteurs

#### Des besoins techniques ressentis en :



- restauration
- loisirs
- hébergement
- services de proximité
- respect de l'environnement
- offre de mobilité
- sécurité

#### Une population locale :



authentique,  
généreuse,



offrant du lien social, et  
des gestes d'accueil



#### Mais pour laquelle :



des efforts restent à faire,

en pratique des langues  
étrangères,

et sur l'accueil à domicile



#### Pour qui l'hospitalité :



permet de développer l'activité économique,  
fait partie de sa culture,

contribue à la réputation du territoire,

fait plaisir à la population



92%

L'hospitalité peut s'inscrire dans une stratégie marketing

51%

Des territoires ont mis en oeuvre des actions favorisant l'hospitalité

60%

nécessitant la mise en place d'outils spécifiques

#### Implication et engagement :



reconnu de la part des hébergeurs et prestataires de loisirs

mitigé des restaurateurs, habitants et services de proximité

peut mieux faire de la part des acteurs de la mobilité

