



### ***Complément pour l'évaluation du principe 3.a de la Fiche-Actions 3.2***

→ à utiliser en complément des besoins identifiés par le porteur de projet sur la base de données des O.T et de l'ADT, ... pour formuler un argumentaire objectif dans la description du projet.

#### Attentes identifiées des clientèles du Cœur d'Hérault :

- Recherche de rencontres :

- **multiples**  : manifestations, festivals, activités de pleine nature, itinérance, partage, culture
- **vivantes, humaines**  : arts et artisanat, viticulture, oléiculture, pastoralisme, terroir, visites guidées, échanges, convivialité, accueil, art de vivre méditerranéen, savoir-faire, retrouvailles en famille
- **durables, éthiques**  : espaces naturels, richesses naturelles, paysages, harmonie, sauvage, eau, Grands Sites, espaces préservés, connaissance, respect
- **privilégiée**  : insolite, hors des sentiers battus, d'exception, bien-être, intimité, aventure, hors du commun
- **sources d'enrichissement personnel**  : patrimoine bâti / religieux, légendes, musées, sentiers / espaces d'interprétation, visites guidées / culturelles, initiations, sacré, expériences nouvelles, spiritualité

- Recherche de qualité des services, de sécurité, de confort, de prise en charge

- Recherche d'authenticité, de proximité

- Recherche de bien-être, d'éveil à l'environnement, au naturel

- Recherche à se retrouver soi-même, à partager

- Recherche d'expériences, de découvertes, de nouvelles sensations et d'émotions

- Recherche d'un enrichissement personnel, d'une dimension culturelle et de connaissances nouvelles

- Recherche des prestations hors saison

- Recherche d'activités à faire et d'expériences à vivre

- Recherche d'activités douces en pleine nature

- Recherche des prestations éthiques basées sur le développement durable, le respect de l'environnement

- Recherche à voyager avec une bonne conscience (tourisme responsable)

- Recherche des offres conjuguant environnement, éducation et culture, éthique

- Recherche d'information : sur les marques, les composants des produits alimentaires, les contenus des prestations, la lisibilité du prix

- Recherche du bien-être en famille et du bien-être des enfants

- Recherche d'une accessibilité adaptée à chaque type de handicap: moteur, visuel, auditif, mental