

PLAN D' ACTIONS

2019



Plan d'actions 2019



Les grandes orientations du plan d'actions 2019

1. Suivi des comités techniques mis en place dans le cadre des EGT
2. Lancement du nouveau concept de communication
3. Mise en place d'une nouvelle stratégie numérique
4. Les éditions
5. Les actions de promotion et de communication
6. La qualification et le développement de l'offre

I. Suivi des comités techniques

Animation des comités techniques mis en place dans le cadre des EGT

Objectifs 2019 :

- Animer, en collaboration avec le Conseil départemental, les différents Cotech lancés fin 2017 afin de **poursuivre et d'inscrire dans la durée le travail de concertation initié pendant les EGT**

- **Comité technique sur le marketing**

Actions 2018 : un travail sur la question du positionnement a été mené avec l'accompagnement d'Atout France (séminaire de travail avec les professionnels du tourisme, entretiens...), il a abouti au choix d'une agence de communication

- **Comité technique sur la gouvernance**

Actions 2018 : le Conseil Départemental et le CDT ont rencontré dans les territoires les responsables tourisme des 12 EPCI

- **Comité technique sur l'itinérance**

Actions 2018 : le Conseil Départemental et le CDT ont rencontré dans les territoires les services infrastructures des EPCI

- **Comité technique sur l'offre**

Actions 2018 : le Conseil Départemental et le CDT ont entrepris un travail d'inventaire et d'analyse

- **Proposer des actions concrètes dans une démarche de co-construction.** Les Cotech ont pour mission de mettre en œuvre des axes de travail : formuler des propositions techniques et budgétaires et mettre en œuvre les actions validées par le comité de pilotage

II. Lancement du nouveau concept de communication



Une nouvelle marque de destination

Un travail de fond sur la question du positionnement a été mené à travers une démarche consultative des professionnels du tourisme lors des EGT et avec la mise en place du Cotech marketing. La mobilisation des acteurs a permis de définir les contours de ce que sera la destination Lot-et-Garonne et de choisir une agence de communication afin de traduire en concept de communication ce nouveau positionnement.

Objectifs 2019:

- **Déclinaison de la nouvelle marque sur l'ensemble des supports du CDT** (site internet, réseaux sociaux, éditions, kakémonos, dossier de presse, papeterie...)
- **Lancement de la marque** auprès des acteurs du tourisme
- Mise en place **d'ateliers d'intelligence collective avec les OT, les filières et les grands sites** afin de permettre, dans l'échange et la co-construction, une bonne appropriation et un large partage de la nouvelle identité

III. Mise en place d'une nouvelle stratégie numérique



Une stratégie numérique renforcée autour d'un nouveau site internet et des nouvelles fonctionnalités de SIRTAQUI

Objectifs 2019 :

- Lancer le **nouveau site internet de destination**
- Déployer auprès des OT et de l'ensemble des prestataires touristiques (hébergements et activités) la **plateforme commerciale Elloha**
- Développer la présence de la destination Lot-et-Garonne sur les **réseaux sociaux** Facebook et Instagram
- Mettre une place une **médiathèque numérique** afin d'améliorer le partage et la gestion des ressources photos et vidéos
- Lancer des **opérations d'e-marketing** (newsletters, emailings...) en utilisant les nouvelles fonctionnalités de SIRTAQUI
- Déployer avec les OT, auprès des prestataires touristiques **l'extranet V.I.T.** (Votre Information Touristique) de SIRTAQUI afin d'améliorer la mise à jour et la qualité des informations contenues dans la base de données
- Participer aux **Rencontres e-tourisme** à Pau, aux formations et web séminaires de la **MONA**
- Poursuivre la mission de **relais entre la MONA et les animateurs numériques du territoire**

IV. Les éditions



Une nouvelle collection d'éditions papier et numériques

Objectifs 2019:

- Lancer une **nouvelle collection d'éditions papier et numériques** afin de véhiculer le nouveau concept de communication, d'affirmer notre positionnement et de donner une information précise à nos clients, à la fois prospects et visiteurs
- Répondre à la demande des professionnels du tourisme et des clients en créant un **véritable magazine de destination**

Les éditions papier :

- Magazine de destination
- Carte touristique
- Guide pratique Vacances à vélo
- Guide des Sorties de l'été

Les éditions numériques :

- Guide des hébergements
- Guide des loisirs

V. La promotion et la communication



Les opérations de promotion et de communication

Objectifs 2019 :

- Promouvoir la destination en organisant des **événements**, en participant à des **salons professionnels et grand public**, en mettant en place **un plan de communication** et en travaillant les **relations presse**
- Renforcer l'attractivité du Lot-et-Garonne sur les **axes forts de son positionnement** : slow tourisme, vélo, produits du terroir, tourisme d'affaires et sur ses **marchés prioritaires** : Ile de France, proximité
- Intensifier la **mutualisation des moyens et des acteurs**

Les opérations événementielles 2019 :

- **Maison de la Nouvelle-Aquitaine à Paris** – 1er au 30 avril
(Mois du Lot-et-Garonne : habillage aux couleurs du département, boutique de produits du terroir, organisation d'événements)
Partenaires : mutualisation proposée aux OT et aux filières
- **Evénement Randonnée** – juillet
Organisation d'un grand événement visant à promouvoir l'itinérance et à asseoir le positionnement slow tourisme du Lot-et-Garonne
Partenaire : ADT de la Gironde

V. La promotion et la communication

Les opérations événementielles 2019 :

- **Bourse départementale aux dépliants** – Lauzun – 11 avril
- **Bordeaux Fête le Fleuve** – 20 au 23 juin
Partenaires : ADT Gironde - Mutualisation proposée aux OT
- **Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris** – septembre
Partenaires : CDT du Gers, ADT du Tarn-et-Garonne
- **Fête de l'Humanité à Paris** - septembre

Les salons professionnels et tourisme d'affaires 2019 :

- **Salon So Événements à Bordeaux** - 13 et 14 mars
Partenaires : Agen Expo Congrès, Actour 47, Châteaux et Demeures 47, Relais du Moulin Neuf, La Table de Michel Dussau
- **Rendez-vous en France** - Marseille - 19 et 20 mars
Partenaire : CRTNA
- **Workshop tourisme d'affaires** – Paris – Octobre

Les salons grand public 2019:

- **Festival International du Voyage à Vélo** - Vincennes - 19 et 20 janvier
Partenaire : Canal des 2 mers à vélo
- **La Roue Tourne** - Toulouse - 9 février
Partenaire : Canal des 2 mers à vélo et Vallée du Lot à Vélo
- **Salon de l'Agriculture** - Paris - 23 février au 3 mars
Partenaires : Conseil départemental - mutualisation proposée aux OT
- **Salon de la randonnée Fiets** - Utrecht, Pays-Bas - 1er au 3 mars
Partenaire : CRTNA
- **Salon Mondial du Tourisme** - Paris - 14 au 17 mars
Partenaire : Canal des 2 Mers à Vélo

V. La promotion et la communication

Le plan de communication 2019 :

- **Présentoir Lot-et-Garonne à l'aéroport de Bergerac – Dordogne - Périgord**

Partenaires : mutualisation proposée aux OT

- **Double page Lot-et-Garonne dans le supplément Nouvelle-Aquitaine encarté dans 4 grands quotidiens espagnols** – Mai 2019

Partenaire : CRTNA

- **Plan de communication sur Bordeaux et Toulouse** – printemps 2019

Plan de communication à co-construire avec les OT (pistes à envisager : campagne radio, supplément dans la presse régionale, affichage, campagne réseaux sociaux, participation à la campagne lancée par le CRTNA...)

Les relations presse 2019 :

- **Création d'un dossier de presse** vecteur du nouveau positionnement

- **Organisation de voyages de presse et d'accueils de journalistes et de blogueurs**

Partenaires : CRTNA, Canal des 2 Mers à Vélo, mutualisation proposée aux OT

VI. La qualification et le développement de l'offre



La qualité et le développement de l'offre constitue un axe stratégique incontournable que le Lot-et-Garonne a choisi de mettre au cœur de toutes ses actions, de façon à garantir un accueil, des services et des prestations en adéquation avec le positionnement de la destination et qui donnent entière satisfaction aux clients.

Hébergement – qualification :

Objectifs 2019

- Créer un nouveau **service classement des meublés de tourisme**
- Soutenir les labels nationaux **Clévacances, Gîtes de France** et **Logis**
- Soutenir les demandes de **classement des offices de tourisme**
- Maintenir le label **Tourisme & Handicaps**
- Accompagner le déploiement du label **Hébergement Pêche**
- Poursuivre le déploiement du **label Accueil Vélo** le long des grands itinéraires vélo
- Maintenir le label **Sourire du Lot-et-Garonne**

VI. La qualification et le développement de l'offre



Nouveauté 2019 : le classement des meublés de tourisme

- Le classement est volontaire – de 1 à 5 étoiles – pour 5 ans
- Visite par un organisme de contrôle accrédité (agence privée) ou agréé (OT/CDT/Relais des Gîtes), payante

Le CDT a été audité par l'AFNOR, le 17 octobre 2018, pour être habilité au classement.

L'objectif est d'accompagner :

- La qualification des hébergements
- La réforme au 1er janvier 2019 de la taxe de séjour (abaissement taxe séjour et abattement fiscal de 70 %)
- L'animation territoriale des prestataires en partenariat avec les offices de tourisme

Outil : GLAM, logiciel intégrant le référentiel de classement, reconnu par l'AFNOR

Détail des missions pour 2019 :

- Organiser une réunion avec les offices de tourisme
- Contrôler 40 hébergements

VI. La qualification et le développement de l'offre

Randonnée - Itinérance :

Objectifs 2019

- Poursuivre la **création et l'aménagement de circuits de randonnées** en lien avec les territoires
- Poursuivre le **partenariat avec le CDRP sur le balisage et le réseau d'alerte** pour l'entretien des sentiers
- Accompagner le **CDRP dans la promotion des grands événements randonnée** (47km du 47...)
- Développer la diffusion de l'offre par des **partenariats avec des plateformes spécialisées dans la randonnée** : IGN, Cirkwi, ViewRanger
- Accompagner l'organisation de **l'événement sur la randonnée** et l'itinérance en partenariat avec l'ADT de la Gironde
- Développer la mise en tourisme des circuits familles à travers le géocaching **Terra Aventura**
- Poursuivre le partenariat avec les départements voisins pour la mise en place de **l'itinéraire de randonnée « Rocamadour – Soulac »**
- Engager un partenariat avec l'association « Les Amis de l'abbaye de St Maurin » pour la **valorisation et la mise en marché du Chemin de Cluny Guyenne - Gascogne**
- Etudier la mise en tourisme des **sentiers de Saint-Jacques de Compostelle**

VI. La qualification et le développement de l'offre



Terra Aventura, la chasse aux trésors connectée de Nouvelle-Aquitaine

Un partenariat CRTNA / CDT / OT

24 parcours créés en 2017 et 2018 :

- Pays Val de Garonne, Guyenne, Gascogne : 11 boucles
- Albret : 6 boucles
- Grand Villeneuvois, Lot-et-Tolzac : 2 boucles
- Fumel-Vallée du Lot : 1 boucle
- Cœur de bastides : 1 boucle
- Porte d'Aquitaine en Pays de Serres : 1 boucle
- CC Confluent : 2 boucles

6 à 8 nouveaux parcours
en 2019 :

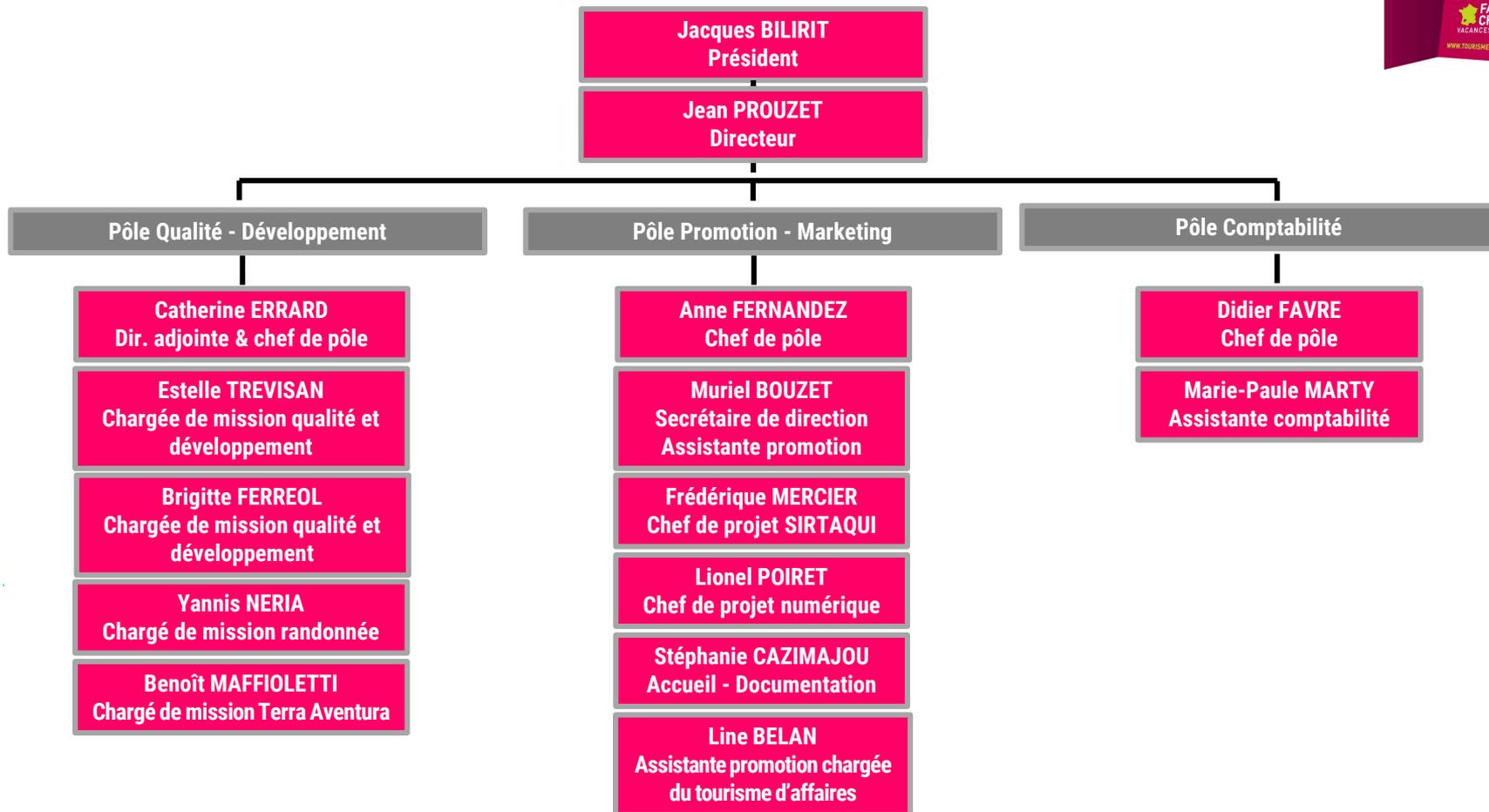
- # Laparade
- # Casseneuil
- # Cancon
- # Puymirol - Saint-Maurin



Succès de la fréquentation en Lot-et-Garonne :

23 000 joueurs en 2018

(35 % des joueurs déclarent passer une nuit sur place)



Merci

COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DE LOT-ET-GARONNE

271, rue de Péchabout, 47000 AGEN

Tel. +33 5 53 66 14 14

Mail. cdt47@tourisme-lotetgaronne.com

Site web. www.tourisme-lotetgaronne.com

