



LOT GAR ON

Plan d'actions **2020**

Les 15 grandes missions du CDT en 2020



- Classement des meublés de tourisme
- Label Clévacances
- Label Accueil Vélo
- Terra Aventura
- Randonnée pédestre et cyclotourisme
- Plateforme Elloha
- Gestion de la base de données Sirtaqui, animation et formation du réseau
- Editions
- Promotion numérique
- Promotion et événementiel
- Relations presse
- Déploiement de la marque de destination « Lot&Garon'Aime »
- Médiathèque départementale *Nouveau*
- Inscrire le Lot-et-Garonne dans une démarche de tourisme durable *Nouveau*
- Animation du point info Walibi

Jacques BILIRIT
Président

Jean PROUZET
Directeur



Pôle Qualité - Développement

Catherine ERRARD
Directrice adjointe, chef de pôle
Accueil Vélo, observatoire



Estelle TREVISAN
Clévacances, classement des
meublés de tourisme



Brigitte FERREOL
Clévacances, classements des
meublés de tourisme



Yannis NERIA
Randonnée, itinéraires vélo



Benoît MAFFIOLETTI
Terra Aventura, Raconteurs de Pays



Pôle Promotion - Marketing

Anne FERNANDEZ
Chef de pôle, communication



Lionel POIRET
Site internet, numérique,
graphisme, éditions



Frédérique MERCIER
Sirtaqui, éditions



Muriel BOUZET
Secrétariat de direction, Sirtaqui



Stéphanie CAZIMAJOU
Salons, documentation



Nadia GARGAT
Médiathèque, réseaux sociaux



Pôle Comptabilité

Didier FAVRE
Chef de pôle, comptabilité



Marie-Paule MARTY
Comptabilité



Line BELAN
Tourisme d'affaires



Le positionnement



Un positionnement en adéquation avec les **ATTRIBUTS IDENTITAIRES** de la marque de destination « Lot&Garon'Aime » et en phase avec les valeurs du **TOURISME DURABLE**

LA PROXIMITE : une destination accessible géographiquement, une destination chaleureuse

Clientèles de proximité (Lot-et-Garonne, Bordeaux, Toulouse, Paris)

► **Courts séjours urbains, sensibilisation des habitants, tourisme d'affaires**

UN CONDENSE DU SUD-OUEST : la gastronomie, le patrimoine, la fête, les paysages

Clientèles françaises et étrangères sensibles à la notion de Sud-Ouest et à ce qu'elle incarne

► **Séjours familles / séniors - France et Europe** (UK, Belgique, Pays-Bas, Espagne)

LA DECONNEXION : une destination qui vit au rythme de la nature, une destination slow tourisme

Clientèles du slow tourisme (itinérance pédestre, vélo, fluviale) et du tourisme nature

► **Clientèles urbaines, clientèles étrangères**

L'ART DE VIVRE : le goût du bien manger, des choses simples à partager

Clientèles sensibles à la gastronomie, aux produits du terroir, à l'authenticité

► **Clientèles urbaines, familles**

Les actions



LANCEMENT D'UNE DEMARCHE EN FAVEUR D'UN TOURISME DURABLE

Pour revendiquer un positionnement fort, partagé par tous et en accord avec les valeurs de la marque

Comment ?

► Création d'une distinction pour les acteurs touristiques qui s'engagent

Cette distinction va succéder à « Sourire du Lot-et-Garonne », un label qui visait à mettre en avant la qualité de l'accueil et à l'améliorer. Aujourd'hui le CDT souhaite aller plus loin et positionner le Lot-et-Garonne, qui en a tous les atouts, comme destination tourisme durable.

Les actions



PROMOTION

Déploiement de la **marque** Lot-et-Garonne Aime

- Création et animation d'un réseau d'ambassadeurs

Lancement d'une **médiathèque** départementale, pilotée par le CDT et partagée avec les OT

- Des photos et vidéos de qualité à disposition de l'ensemble des acteurs du tourisme pour une image commune et une communication globale de meilleure qualité

Des **éditions** porteuses du discours de marque

- Magazine (27 000 ex), carte touristique (75 000 ex), carte de l'itinérance vélo (15 000 ex), guide des sorties de l'été (35 000 ex)

Un plan de **communication** sur les métropoles de Bordeaux et Toulouse

Une présence renforcée de la destination Lot-et-Garonne sur **Internet**

- Campagne de communication (AdWords, display, YouTube, réseaux sociaux...). Réalisation de capsules vidéos pour Internet.

Les actions



PROMOTION

Déploiement de la plateforme **Elloha** et animation du réseau

- Pour une meilleure visibilité de l'offre du Lot-et-Garonne sur Internet et une meilleure commercialisation de la destination Lot-et-Garonne (140 prestataires à ce jour)

Actions de **promotion**

- Ciblées essentiellement sur l'Île de France, avec un accent mis sur la thématique du slow tourisme et des produits du terroir (Mois du Lot-et-Garonne à la Maison de la Nouvelle-Aquitaine à Paris, Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris, Salon International de l'Agriculture, Bordeaux Fête du Vin, Salon du Randonneur à Lyon, Bordeaux So Evènement, Fête de l'Huma à Paris)

Relations **presse** et blogueurs

- Promouvoir la destination Lot-et-Garonne auprès de la presse et des influenceurs

Animation du point information tourisme à **Walibi**



Les actions

QUALITE. DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE

Accompagner les prestataires touristiques pour une montée en gamme des hébergements touristiques

- Service de **classement des meublés de tourisme** : 150 meublés classés en 2019. Objectif 2020 : 80
- Label **Clévacances** : 355 hébergements labellisés. Objectif 2020 : maintenir le parc et accompagner les adhérents à l'évolution du label et de ses outils numériques
- Label **Accueil Vélo**. Le CDT est organisme certificateur (60 structures labellisées). Objectif 2020 : déployer Accueil Vélo sur les nouveaux itinéraires : Véloroute de la Vallée du Dropt et Véloroute de la Vallée de la Baïse.
- Label **Tourisme et Handicap** (25 structures labellisées)
- Pilotage du **référentiel départemental des meublés et chambres d'hôtes** du Lot-et-Garonne et accompagnement des OT
- Mise en place de la nouvelle qualification **Chambre d'hôtes référence**[®], pilotage et accompagnement des OT
- Accompagnement des **porteurs de projet** avec les services instructeurs du Département et de la Région



Les actions



QUALITE. DEVELOPPEMENT DE L'OFFRE

Déploiement de **Terra Aventura**

- Le CDT est partenaire du CRTNA et animateur du dispositif en Lot-et-Garonne. 31 parcours en 2019, 80 000 joueurs de janvier à septembre. Objectif 2020 : 4 nouveaux parcours

Développer l'offre de **randonnée et de cyclotourisme**

- Création et aménagement de circuits de randonnée en lien avec les territoires. Projet 2020 : 10 nouveaux circuits
- Suivi des boucles cyclotouristiques
- Partenariat avec le CDRP sur le balisage et le réseau d'alerte pour l'entretien des sentiers
- Participation aux comités d'itinéraires et aux actions du Canal des 2 Mers à Vélo, de la Vallée du Lot à Vélo, de la Scandibérique et de la Véloroute de la Vallée de la Baïse.

Observatoire : évaluer les retombées économiques

- Participation aux dispositifs d'observation existants (convention de partenariat avec l'Insee pour l'enquête de fréquentation dans les hébergements collectifs, partenariat avec le CRTNA pour les enquêtes de conjoncture, participation au financement de l'enquête BVA de clientèle en Nouvelle-Aquitaine lancée par la Région et le CRTNA).

