



# PLAN D'ACTIONS 2021

Comité départemental du tourisme de Lot-et-Garonne

[www.tourisme-lotetgaronne.com](http://www.tourisme-lotetgaronne.com)

# Constats

2020 marque un tournant : la crise sanitaire et économique a accéléré les mutations dans le secteur du tourisme en accentuant les grandes tendances présentes avant la pandémie : prise de conscience environnementale, remise en cause du tourisme de masse, digitalisation des usages...

En Lot-et-Garonne, une année difficile avec des pertes estimées entre **-20% et -30%** mais de bons résultats en été grâce à la clientèle française et de proximité.

La crise sanitaire a accéléré les changements dans la façon de travailler, créant malgré la distance plus de cohésion et de solidarité entre les acteurs du tourisme en Lot-et-Garonne.

La saison estivale a été soutenue par la participation du Département au dispositif des chèques solidarité tourisme et par un plan de communication du Conseil Départemental et du CDT. Cette campagne intitulée « **En Lot-et-Garonne, on ne manque pas d'air !** » a été récompensée par l'obtention du premier prix « Attractivité et marketing territorial » au Grand Prix Cap'Com, le réseau de la communication publique et territoriale. [Voir le film de la campagne.](#)



# Enjeux

**Prendre en compte ces nouvelles tendances, tant dans la consommation touristique que dans nos organisations de travail pour penser un plan d'actions à la hauteur des mutations en cours :**

En 2021, le CDT orientera sa stratégie autour de 6 grands axes de travail :

**1.** L'engagement dans une démarche de tourisme durable

**2.** La fidélisation des clientèles locales et de proximité

**3.** La mise en place d'une stratégie de marketing digital

**4.** Le déploiement de la marque de destination « Lot-et-Garon'Aime »

**5.** L'amélioration de la connaissance des clientèles du Lot-et-Garonne

**6.** La consolidation et l'affirmation du rôle de coordination du CDT ainsi que de ses missions d'accompagnement des professionnels du tourisme

# L'engagement dans une démarche de tourisme durable



Le Lot-et-Garonne a signé une convention avec la Région pour inscrire le département dans une stratégie de tourisme durable. Le département porte dans son ADN, dans son offre touristique et dans sa marque de destination les valeurs du développement durable. Plusieurs actions sont envisagées pour engager progressivement le CDT et les acteurs du tourisme dans une démarche vertueuse en faveur d'un tourisme durable.



## **Etape 1 : Formation et sensibilisation**

Former et mobiliser le personnel du CDT

Connaître l'offre durable en Lot-et-Garonne et les attentes des clientèles en matière de tourisme éco-responsable

Placer le slow tourisme et les valeurs en lien avec le tourisme durable au cœur de la communication marketing

Entreprendre un travail de sensibilisation des acteurs du tourisme (séminaires, formations...)

## **Etape 2 : Conseil et accompagnement**

Conseiller et accompagner les professionnels du tourisme et les collectivités qui souhaitent s'engager dans une démarche en faveur du tourisme durable et/ou dans un éco-label.

# Qualification, accompagnement des professionnels



- Le classement des meublés de tourisme

182 meublés ont été classés à ce jour par les services du CDT, homologué depuis 2019.

## Objectifs 2021 : classement et renouvellement de 40 meublés

- Le label Clévacances Lot-et-Garonne

Le parc : 238 meublés et 105 chambres d'hôtes.



## Objectifs 2021 :

- Accompagner le renouvellement de la stratégie globale Clévacances France** « R(évolutions 2021 » (transformation digitale et évolution de la communication) : accompagnement des propriétaires lors de la mise en place de la nouvelle solution numérique Splitfire, du channel manager Amenitiz, pour la création de mini-sites...
- Harmoniser les solutions numériques entre le label Clévacances et le service commercial du CDT** pour une plus grande fluidité et une meilleure qualité de service rendu aux propriétaires Clévacances.
- Recruter de nouveaux adhérents et assurer la gestion et le suivi du label**

# Qualification, accompagnement des professionnels (suite)



- **Accompagnement à la commercialisation**

**Objectifs 2021** : nouer des partenariats entre le service commercial du CDT et les filières hébergements du Lot-et-Garonne (Gîtes de France Lot-et-Garonne, hôtellerie, hôtellerie de plein air) pour un accompagnement à la commercialisation.

- **La qualification « Chambres d'hôtes référence »**

Créée par Office de Tourisme de France, elle est destinée aux exploitants de chambres d'hôtes qui n'adhèrent pas à une marque ou un label.

**Objectifs 2021** : structuration de la qualification « Chambres d'hôtes référence » au niveau départemental, signature d'une convention avec ADN Tourisme et la Mona et avec les offices de tourisme pour la mise en place d'une organisation de travail.

- **Le label Tourisme et Handicap**

22 sites touristiques sont actuellement labellisés Tourisme et Handicap en Lot-et-Garonne. Les visites conseils se font en binôme, avec le CDT et l'évaluateur GIHP Aquitaine.

**Objectifs 2021** : traiter 7 dossiers de renouvellement et 2 nouvelles adhésions au label.



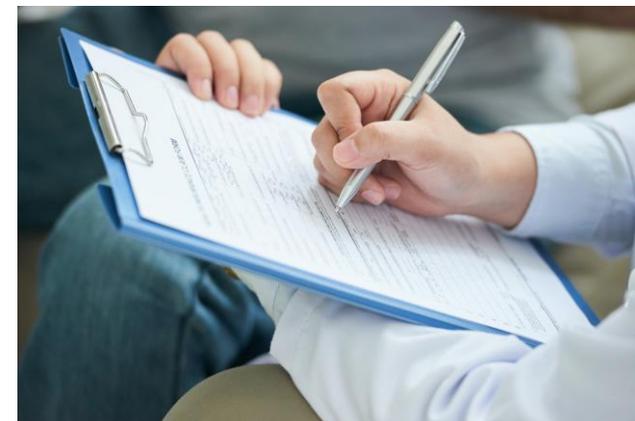
# Qualification, accompagnement des professionnels (suite)



- **L'observatoire**

Aujourd'hui, le CDT n'anime pas d'observatoire mais dispose d'un partenariat avec le CRT. Pour les bilans de saison, il se base sur les enquêtes de conjoncture du CRT, sur les enquêtes de fréquentation dans les hébergements collectifs de l'INSEE, sur l'Eco compteur du Conseil Départemental le long du canal de Garonne et sur le comptage aux écluses. Pour connaître le profil des clientèles du département le CDT a contribué au financement de l'enquête clientèle CRT-BVA.

En 2020, la crise sanitaire a obligé les institutionnels du tourisme du Lot-et-Garonne à mettre en place une veille et permis d'amorcer une nouvelle manière de travailler au niveau départemental. L'enjeu en 2021 est de formaliser et d'améliorer le fonctionnement mis en place dans l'urgence en 2020.



- Améliorer la **coordination du réseau institutionnel** pour la collecte, la synthèse et la diffusion des informations
- Améliorer la **connaissance des clientèles** et de leurs évolutions

# L'itinérance douce



- La randonnée

Le département dispose de 433 circuits de randonnée pédestres, équestres et VTT qui représentent plus de 4800 km d'itinéraires balisés. Avec un réseau d'itinéraires aussi dense et fréquenté, **l'enjeu prioritaire porte sur le maintien en état de ces sentiers pour garantir un niveau de qualité élevé sur le balisage comme sur l'entretien des chemins**

- Maintien de la qualité des itinéraires, en partenariat avec le CDRP.
- Balisage et lancement de l'itinéraire interdépartemental « **Le Chemin d'Amadour** » de Soulac à Rocamadour, en partenariat avec les départements de la Gironde, de la Dordogne et du Lot.
- Coordination de l'entretien et de la réfection du balisage sur les **sentiers de Grande Randonnée**. Une action à mener avant le printemps et l'afflux probable de pèlerins car 2021 est une année jacquaire.
- Création de **14 nouvelles boucles** de randonnée.
- Collaboration avec le Conseil départemental pour la mise en avant de boucles dans le cadre du **PDESI** (plan départemental Espaces, Sites et Itinéraires).



# L'itinérance douce (suite)



- **Le cyclotourisme**

**Objectifs 2021** : accompagner le développement de la filière vélo et renforcer la visibilité des itinéraires cyclo-touristiques du Lot-et-Garonne.

## Le label Accueil Vélo

L'enjeu porte à présent sur la mise en tourisme des 5 grands itinéraires que compte le département et sur le développement des services le long de ces parcours. Le déploiement du label Accueil Vélo participe à cette dynamique. 69 prestataires sont labellisés, principalement le long du Canal des 2 Mers à vélo et de la Vallée du Lot.

- **Renforcer l'animation autour du label** (animation dans les territoires en partenariat avec les OT, animation du réseau départemental avec l'organisation d'un séminaire visant à présenter la dynamique, les enjeux du tourisme à vélo, les attentes des clientèles...).
- Poursuivre le travail de **déploiement du label et de renouvellement des adhésions** sur l'ensemble des itinéraires.

## La carte vélo

Un document édité à **10 000 exemplaires** avec le tracé des 5 grands itinéraires du Lot-et-Garonne et le référencement des sites labellisés Accueil Vélo et des loueurs et réparateurs de vélo.



# L'itinérance douce (suite)



## Les comités d'itinéraires vélo

### Le Canal des 2 Mers à Vélo

**Le CDT participe aux 2 comités techniques qui réunissent les 7 départements et 2 régions de l'itinéraire.**

- **Le Cotech infrastructures et services**

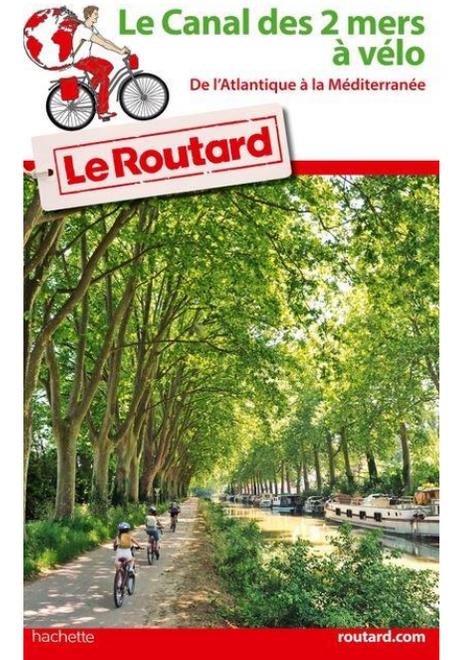
En 2021 une réflexion sera menée sur la signalétique des services de proximité et des sites touristiques majeurs le long de l'itinéraire, la mise en place de RIS et l'amélioration des services au niveau des haltes Accueil Vélo.

- **Le Cotech promotion / communication**

Réalisation d'un reportage photo, suivi des relations presse, suivi des éditions (réédition du guide du Routard Canal des 2 Mers à Vélo, flyers)

### La véloroute de la Vallée de la Baise

Participation au comité technique qui réunit les 3 CDT et les OT. Travail sur le positionnement et les outils de communication pour le lancement d'une promotion nationale commune aux 3 départements en 2022.



# L'itinérance douce (suite)

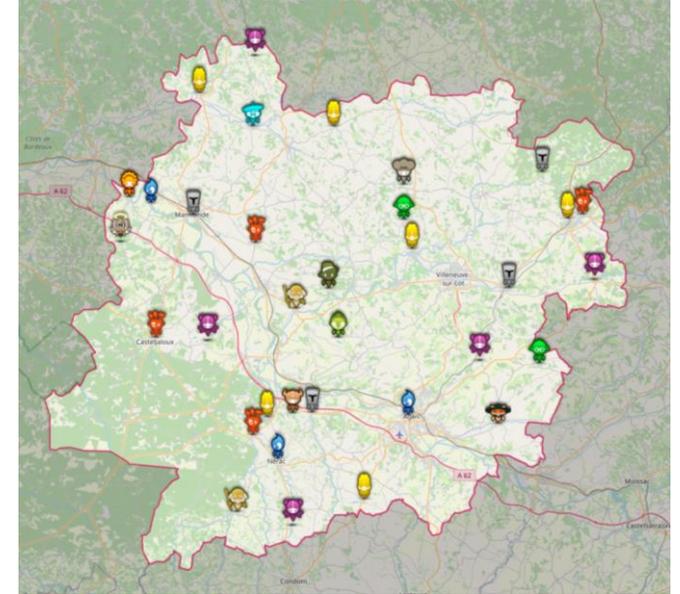


- Terra Aventura

Le Lot-et-Garonne compte **36 parcours Terra Aventura**. Le CDT est partenaire du CRTNA et animateur du dispositif en Lot-et-Garonne. 2 nouveaux parcours ont été lancés pour les vacances de la Toussaint, dont le premier parcours Terra Aventura à vélo à Agen.

## Objectifs 2021 :

- Au vu de la progression du nombre des parcours et du succès de ce concept en plein développement, l'ambition est de maintenir un niveau de suivi et d'accompagnement satisfaisants ainsi qu'une bonne qualité des parcours.
- Création de 3 ou 4 nouveaux parcours dans le département.



# Communication, promotion



La crise actuelle oblige à repenser nos stratégies de promotion face à l'essor du marketing numérique et à la difficulté de conserver certains dispositifs plus traditionnels et peu ou pas assez flexibles.

## Le CDT se fixe 3 grands objectifs en 2021 :

- **Prendre le virage du numérique et du marketing digital**, en s'appuyant sur un discours de marque plus engagé et une communication ciblée à partir d'une meilleure connaissance des clientèles
- Se recentrer sur les **clientèles de proximité** avec l'enjeu de **fidéliser les clientèles acquises en 2020**
- **Renforcer le rôle d'animation et de coordination du CDT**



# Communication, promotion (suite)



- **Le numérique**

Le site internet du CDT a enregistré plus de 201 000 visites uniques du 1<sup>er</sup> janvier au 31 octobre 2020, une audience **en hausse de 57%** par rapport à 2019.

## Objectifs 2021 :

- Une site internet enrichi de **nouvelles fonctionnalités** (carte interactive, moteur de recherche full-text).
- Une **stratégie de marketing de contenu** : il s'agit de produire avec l'accompagnement d'une agence web spécialisée, une ligne éditoriale en fonction du positionnement de destination et des cibles de clientèles et de la décliner sur le site internet et les réseaux sociaux. L'objectif est d'améliorer les contenus, le référencement naturel du site internet et les interactions entre le site et les réseaux sociaux.
- Une campagne **Google Ads** pour augmenter la visibilité du site
- Un **jeu concours** en partenariat avec le CRT pour générer du trafic sur le site
- Un **mini site anglais et/ou en néerlandais** en partenariat avec le CRT pour soutenir la fréquentation de la clientèle étrangère en particulier dans le secteur de l'hôtellerie de plein air et de l'hôtellerie.
- L'accueil d'**influenceurs** pour créer de la notoriété sur les réseaux sociaux



# Communication, promotion (suite)



- La photo et la vidéo
- Réalisation de **reportages photos** en relation avec la stratégie de marketing de contenu
- Gestion des utilisateurs et animation du réseau des partenaires de la **photothèque Destination Lot-et-Garonne**.



Le CDT s'est doté d'une photothèque professionnelle et a proposé aux OT s'associer à cet outil collaboratif en mutualisant les droits d'utilisation. Le CDT et les OT partenaires ont été formés au logiciel, plus de 1000 visuels ont été indexés. La photothèque Destination Lot-et-Garonne sera officiellement lancée en début d'année 2021 et accessible à l'ensemble des professionnels du tourisme.

- La base de données SIRTAQUI

Les objectifs de SIRTAQUI : collecter, mettre en commun et diffuser le plus largement possible une information complète et de qualité au service des visiteurs.

Au CDT, une personne est en charge de la **gestion de la base de données et de l'animation départementale auprès des offices de tourisme et des filières partenaires** (formation, assistance, accompagnement). En 2021, le CDT accompagnera le déploiement d'un extranet auprès des prestataires et la mise en conformité de SIRTAQUI avec les obligations de traitement des données personnelles.



# Communication, promotion (suite)



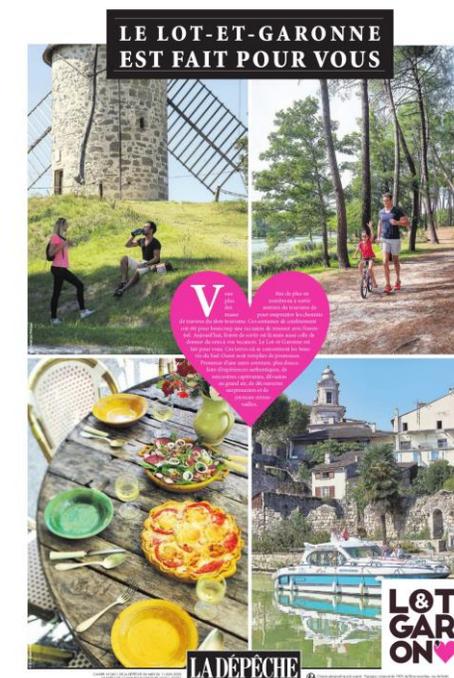
- Les éditions

- Un **magazine** édité à 25 000 exemplaires et diffusé dans le réseau des OT, des sites touristiques ESO et dans les principaux sites d'hébergements ainsi que lors des opérations de promotion du CDT.
- Une **carte touristique** éditée à plus de 70 000 exemplaires



- Communication, campagnes digitales et plan média

- Une stratégie renforcée sur Paris et les marchés de proximité avec un **plan de communication** cross média mixant numérique et médias traditionnels sera étudié sur Bordeaux, Toulouse et Paris (campagnes digitales, insertions presse, affichage urbain, radio, street-marketing...). Ce plan sera construit pour être lancé au printemps mais le CDT veillera à ce qu'il reste flexible et adaptable en fonction de l'évolution de la conjoncture.
- Des actions de communication en partenariat avec le CRT :
  - Sur le **marché national** (insertions presse, jeu concours Terra Aventura)
  - Sur les **marchés européens de proximité** : participation du Lot-et-Garonne aux suppléments Nouvelle-Aquitaine encartés dans de grands journaux nationaux et régionaux au Royaume-Unis, en Espagne et aux Pays-Bas. Accueil d'influenceurs belges.



# Communication, promotion (suite)



- Participation à des salons et opérations événementielles

- **« Châteaux en Fête »** du 10 avril au 2 mai en partenariat avec le CDT de la Dordogne. Le Lot-et-Garonne s'est associé à l'opération « Châteaux en Fête » créé par la Dordogne et soutenu par une campagne publicitaire sur France 2 et France 5. L'objectif est d'associer l'image du Lot-et-Garonne à l'image forte du Périgord et des châteaux, de valoriser le patrimoine lot-et-garonnais et de lancer la saison touristique à travers une manifestation susceptible de créer une dynamique sur l'ensemble du territoire. Une vingtaine de châteaux du Lot-et-Garonne participeront à cette première édition.
- **Premières Rencontres Professionnelles du Tourisme et Bourse départementale aux dépliants** en avril. Cette manifestation destinée aux professionnels du tourisme du Lot-et-Garonne et qui a dû être déprogrammée au printemps 2020 sera organisée en partenariat entre le CDT et les offices de tourisme.
- Participation auprès du Conseil départemental au **Mois du Lot-et-Garonne à la Maison de Nouvelle-Aquitaine à Paris** (avril).
- **Bordeaux Fête le Vin** du 17 au 20 juin
- **21<sup>ème</sup> édition des Marchés Flottants du Sud-Ouest** à Paris les 17, 18 et 19 septembre
- **Workshop « affaires »** à Paris, en partenariat avec le CRTNA



# Communication, promotion (suite)



- Les relations presse

- le CDT a souscrit un **abonnement à une base de données presse France**, un outil qui lui permettra de constituer des fichiers de journalistes ciblés en fonction des besoins de communication et de diffuser des informations à la presse à partir d'une plateforme d'emailing intégrée. Les relations presse et notamment les accueils de journalistes seront également travaillés en collaboration avec le CRT et avec le collectif du Canal des 2 Mers à Vélo qui s'est attaché les services de l'agence de presse Air Pur.
- Le **déploiement de la marque de destination « Lot-et-Garon'Aime »** auprès des visiteurs et des habitants en proposant à des petits commerçants, aux boutiques des offices de tourisme ou encore celles de produits du terroir de mettre à la vente une gamme d'objets porteurs de l'identité « Lot-et-Garon'Aime ».
- **L'animation du point d'informations touristique départemental** à Walygator. Le parc Walibi Sud-Ouest devient Walygator en 2021. Le CDT maintient l'animation du point information touristique 5h par jour, les après-midis pendant toute la durée du parc au grand public



# Communication, promotion (suite)



- Partenariats, soutien aux filières

## **Le Comité Départemental de la Randonnée Pédestre**

Une convention de partenariat lie le CDT et le CDRP. Celle-ci porte sur la mise à disposition par le CDT d'un bureau et d'une enveloppe financière destinée à assurer un travail collaboratif entre le CDT et le CDRP pour le maintien de la qualité des sentiers en Lot-et-Garonne.

## **Evazio, agence réceptive spécialisée dans les séjours vélo**

Un partenariat lie Actour 47 et l'agence bordelaise Evazio sur le montage et la commercialisation de produits cyclotouristiques. 4 grands itinéraires incluant le Lot-et-Garonne sont commercialisés par l'agence : Bordeaux-Toulouse, Agen-Sarlat, Bordeaux-Cahors et le tour du Lot-et-Garonne. En 2021, ce partenariat sera repris par le service commercial du CDT et un nouveau produit Agen-Cahors est en projet.

## **L'association des Raconteurs de Pays**

L'association des Raconteurs de Pays compte 46 membres. Une convention de partenariat a été établie en 2018 entre cette association et le CDT. Elle prévoit la mise à disposition par le CDT d'un salarié 2h par semaine.

## **La fédération départementale de la pêche**

Le CDT accompagne la fédération dans le déploiement du label « Hébergement pêche » et dans la promotion du loisir pêche.



# Communication, promotion (suite)



## Coopération LEADER œnotourisme Tarn-et-Garonne, Haute-Garonne, Lot-et-Garonne, Lot

Promotion de l'offre œnotourisme (en 2021 édition d'une brochure famille et d'un magazine, organisation d'un événement grand public au mois de juin).

## Réseau Evasion Sud-Ouest

Une convention de partenariat portant sur la diffusion de la documentation touristique a été signée en 2017 entre le réseau Evasion Sud-Ouest, le CDT et les OT.



## Signature d'une convention de partenariat avec la filière Tourisme du Crédit Agricole

Mise en avant de **l'offre d'itinérance rando et vélo du Lot-et-Garonne dans l'application EsCapades du Crédit Agricole**. Cette application développée par le Crédit Agricole en partenariat avec les ADT / CDT vise à promouvoir le tourisme durable et de proximité. Elle recense des circuits touristiques pédestres, vélo, équestres ou en voiture des destinations partenaires ainsi que les sites et prestataires situés à proximité.

## Le Printemps des Fermes 2021

Soutien en communication à l'opération Printemps des Fermes organisée par la Chambre d'Agriculture de fin mai à fin juin





# Merci !

## COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME

271, rue de Péchabout, 47000 AGEN

Tel. +33 5 53 66 14 14

Mail. [cdt47@tourisme-lotetgaronne.com](mailto:cdt47@tourisme-lotetgaronne.com)

Site web. [www.tourisme-lotetgaronne.com](http://www.tourisme-lotetgaronne.com)