



POINT SUR UNE RÉFLEXION PARTAGÉE CRTs ET DAT AQUITAINE LIMOUSIN POITOU-CHARENTES





Des actions communes dès 2016.

Une gouvernance en construction.

Une stratégie touristique partagée.



Sommaire



Des actions communes dès 2016



Un plan d'actions international en partie co-construit pour 2016

- ❑ Un regroupement des prestataires « grande région » sur un espace d'exposition partagé et un stand institutionnel commun aux « Rendez-vous en France » : 5-6 avril à Montpellier.
- ❑ Des démarches de communication communes au sein des campagnes France en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas :
 - Grande-Bretagne : Plus beaux villages/Villages de caractère; Villes et tourisme urbain; Activités de nature.
 - Pays-Bas : Plus beaux villages/Villages de caractère; Activités de nature ; Littoral (avec équilibre entre les 3 thématiques en fonction du territoire).
- ❑ Des actions partagées CRTA/DAT Poitou-Charentes sur le littoral (Allemagne au sein de la démarche Côte atlantique, Grande-Bretagne).



Une première action partagée vers la presse française

- ❑ Un dossier de presse commun pour la rencontre presse de #Destination régions : 1^{er} décembre à Paris.

Un rapprochement de l'observation touristique

- ❑ Une souscription à l'étude SOFRES *Quels leviers pour améliorer l'expérience touristique dans votre région ?* dans le cadre territorial de la grande région, pour avoir des éléments de diagnostic de l'expérience touristique.





Une gouvernance en construction



Un méthodologie de travail en commun pour les prochains mois

- ❑ **Un travail en mode projet** pour la mise en place du plan d'actions partagé pour 2016.
- ❑ **Un partage des responsabilités** sur les dossiers en cours :
 - RDV France : pilotage CRTA pour l'achat d'espace et pour le stand partagé.
 - Campagne Grande-Bretagne : pilotage DAT Poitou Charentes.
 - Campagne Pays-Bas : pilotage CRT Limousin.
- ❑ **Un travail d'unification des méthodes d'observation touristique.**

Dans l'attente du résultat de ce travail, les chiffres partagés légitimes au niveau de la future région sont ceux fournis par l'INSEE.
- ❑ **Des réunions à trois** dans les territoires.
- ❑ **Une concertation en amont** pour la participation aux réunions initiées par des acteurs extérieurs.





Vers une stratégie touristique partagée



Des axes stratégiques pertinents pour la promotion touristique de la Grande région



- ❑ La stratégie marketing proposée par le CRTA peut constituer le socle d'une réflexion commune à bâtir au niveau de la grande région :
 - **Actions à l'international** avec, en premier lieu, le soutien aux contrats de destination nationaux et aux Pôles d'excellence touristique portés par le MAE ;
 - **Actions à l'échelon national** avec un soutien aux contrats de promotion et de structuration co-construits (élaboration à venir à l'échelle de la nouvelle région des appels à projet), mais pilotés par d'autres ;
 - **Développement des stratégies de filières**, en propre pour les filières identitaires et en partenariat pour les autres (filières à définir en commun en fonction de la réalité de l'offre).



Un objectif commun dans l'attente d'une validation politique

- ❑ Les 3 structures vont travailler sur le fond au partage et à l'enrichissement par leurs partenaires respectifs, d'une stratégie commune, dont le socle est celle proposée par le CRTA.
- ❑ L'objectif partagé par la DAT, le CRT Limousin et le CRTA est bien la constitution d'un outil de promotion et d'animation touristique à l'échelle de la nouvelle région, sous réserve de l'option retenue par les élus et de la validation par les instances associatives.



Merci de votre attention

