



P Laurençon©CRT Limousin

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.





P Manteau©CRT Limousin

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.
- ❑ **Une tentative 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 territoriaux 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

