



Agence de Développement Touristique



PLAN D'ACTION 2020

Dans le cadre de la Convention Cadre d'Objectifs et de moyens 2019 – 2023
entre le Département et l'ADT66
(Commission Permanente CD 7/10/19)

12 nouvelles actions transversales

- Communication de la nouvelle marque de destination
- Participation à l'AMO littoral (CRT)
- Accueil des 2^{èmes} Assises Régionales de la Pleine Nature en décembre 2020
- Accompagnement de la démarche de valorisation des produits « Pays Catalan »
- Structuration de l'offre Pleine Nature avec les professionnels // PDESI
- Travail de qualification des restaurants en partenariat avec l'UMIH, la CCI...
- Création d'une plateforme numérique d'échange pour les acteurs du tourisme
- Encourager les offres innovantes et les modèles alternatifs de tourisme durable
- Salon de l'Agriculture avec la Chambre d'Agriculture - stand de la Région
- Etude clientèle Plongée avec la CCI
- Fête du vélo
- Fonds Tourisme Occitanie // Région

1/ Pôle Observation, veille, évaluation

Pôle Observation, veille, évaluation



- Enquêtes INSEE (hôtels, campings)
- Enquête sur les sites de loisirs
- Enquête quantitative
- Partenariat reconduit avec le CRT Occitanie sur les enquêtes conjoncture

9 nouvelles actions :

- Création d'une commission ADT-OT/OTI pour définir un plan d'action annuel d'observation (études de conjoncture, baromètres de satisfaction clientèle et de retombées économiques, benchmarking)
- Changement de logiciel du CRT avec des incidences financières (formation, achat logiciel, séminaires...)
- Etude des flux infra départementaux (Flux Vision)
- Focus sur les propriétaires étrangers des résidences secondaires
- Focus sur la clientèle française
- Etude spécifique Montagne, en lien avec le Syndicat Mixte
- Etude de notoriété des destinations touristiques interdépartementales (J13)
- Observation spécifique aux GSO
- Enquête loisirs – tourisme (2020 – 2021) avec les services du Département

2/ Pôle Structuration, Qualification, Qualité, SIT

Pôle Structuration, Qualification, Qualité, SIT

Label et marques

Qualité tourisme Occitanie Sud de France

➡ L'ADT devient le référent régional pour la marque lié au SDDTL & convention Région/Département (hors offices de tourisme) pour le suivi des dossiers, participation aux commissions de labellisation et accompagnement des professionnels sur les écarts dans la marque.

198 structures marquées au 01/10/2019. Objectif : mettre en place un suivi du réseau départemental. Développer la marque sur les sites de visites en priorité les sites du Pass Patrimoine dont le Palais des Rois de Majorque, le Château Royal de Collioure, Serrabone, Paulilles.

Accueil Vélo

L'ADT est le référent départemental pour le niveau national, instruit, valide et transmet les dossiers au niveau national

22 structures marquées au 15/10/2019 avec : 6 OT – 1 camping – 4 hôtels – 4 structures de chambres d'hôtes – 7 meublés Objectif : animer le réseau départemental, conforter la marque autour de la Méditerranée à Vélo, la déployer autour des autres itinéraires.

Chambres Références

➡ Déploiement de la démarche pour la qualification des chambres d'hôtes non labellisées Clévacances ou Gîtes de France

Pôle Structuration, Qualification, Qualité, SIT (suite)

Tourisme & Handicap

➡ L'ADT devient le référent départemental pour « Tourisme et Territoires », instruit et transmet les dossiers pour la marque TH sous couvert d'une commission interdépartementale (ex LR). 1^{ère} réunion le 17/12/19 (présentation de 9 dossiers PO)

Au 15/10/2019, 64 structures marquées TH pour 2,3 ou 4 handicaps :

- 17 OT, OTI et BIT
- 1 hôtel, 2 campings, 14 hébergements locatifs, 2 hébergements collectifs
- 3 restaurants
- 2 activités sportives et culturelles
- 6 équipements de loisirs
- 1 itinéraire touristique
- 15 sites culturels et naturels dont 3 du Département : Paulilles, Maison de la Réserve de Nyer et le PRM

Objectif 2020

- ➡ 15 nouveaux dossiers : développer la marque sur les sites du Département (Château Royal de Collioure, la MACA, Lac de la Raho, Serrabone, Notre Dame des Anges), les OTI/OTC avec leurs BIT
- 11 renouvellements
- ➡ Participation au salon du handicap et de l'accessibilité « Autonomic » - Paris du 9 au 11/06

Pôle Structuration, Qualification, Qualité, SIT (suite)

Classements

- Référent national pour le suivi des meublés classés en lien avec les offices de tourisme, les organismes accrédités et les agences immobilières.

Structuration, Qualification de la base de données touristique

- Travaux spécifiques de qualification sur les thématiques de la randonnée pédestres, du VTT et du cyclotourisme.
- Structure des données et qualité des données : continuité de la démarche de qualité des données de la base en lien avec les OTSI et la région dans le cadre du déploiement de son réseau régional d'information touristique.

Gestion du Système d'Information Touristique (SIT) pour le compte des Offices de Tourisme et contributeurs

- Collecte de la donnée touristique départementale), diffusion des données vers les sites internet des partenaires et sur le site du CRT Occitanie. Animation du réseau.

En projet : nouveau calendrier de formations des offices de tourisme sur les différents niveaux et spécificités du logiciel ; Etude du partenariat Datatourisme (base nationale de collecte des données touristiques).

Pôle Structuration, Qualification, Qualité, SIT (suite)

Liens avec la Stratégie Départementale de Développement du Tourisme et des Loisirs

Ambition 1 : Renouveler l'image du département pour développer sa notoriété

Objectif visé : VALORISER POUR CONQUÉRIR, QUALIFIER POUR CONVAINCRE

Conseil Départemental

ADT

Action 2

Positionner les sites touristiques départementaux (naturels, historiques, réserves, scientifiques) comme modèles de qualité et d'attractivité 

Sensibiliser, accompagner les sites touristiques départementaux dans l'obtention des marques : **Qualité Tourisme Occitanie Sud de France, Tourisme Handicap, Accueil Vélo.**

Action 3

Valoriser et développer l'offre oenotouristique (ADT, CIVR, Tourisme de Terroir). 

Soutenir l'action de développement de la marque Vignobles & Découvertes, **Développement du label Occitanie Sud de France pour les caveaux et points de vente**

Action 4 :

Favoriser l'adaptation et l'amélioration de l'offre d'hébergements touristiques marchands par rapport à la demande 

Sensibilisation sur le classement des meublés de tourisme, travail en lien avec les offices de tourisme, les agences immobilières et les organismes accrédités. Déploiement du plan Qualité Tourisme Occitanie Sud de France, Tourisme Handicap, Accueil Vélo.

Liens avec la Stratégie Départementale de Développement du Tourisme et des Loisirs

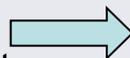
Ambition 2 : Développer et structurer une offre thématisée de qualité favorisant la mobilité et la mise en réseau

Conseil Départemental

ADT

Action 5

Faire évoluer le Pass Patrimoine 66 pour répondre aux attentes des touristes et des habitants d'une part, et des professionnels du secteur d'autre part.



Partenariat technique de l'ADT : mise à jour des données via le Sit (base de données touristique partagée),
sensibilisation qualité.

Action 7

Développer et valoriser les itinéraires de randonnées (pédestre, équestre, VTT)

Travail spécifique de l'ADT sur les thématiques de la randonnée pédestre, le cyclotourisme avec les services du Conseil Départemental : qualification des offres, sensibilisation et information auprès des offices de tourisme, partenaires et socio-professionnels, développement du label Accueil Vélo

3/ Pôle Marketing

OPERATIONS SALONS GRAND PUBLIC ET PROFESSIONNELS

Thématique Pleine Nature slow

Salon du randonneur Lyon

Salon de la Randonnée Argelès sur Mer

Occasions du Multicoque Canet en Roussillon

→ Festival du voyage à vélo – La roue tourne à Roques sur Garonne

Thématique Pleine Nature speed

→ Natural Games Millau

→ Festival du film, du voyage et de l'Aventure « What a Trip » Montpellier

→ Veille évènement sportif (à définir)...

PN Slow et speed

Salon de la plongée Paris,

Salon Naturaventure Montpellier

Thématique Agrotourisme, Oenotourisme, Gastronomie

Workshop Destination Vignobles Montpellier...

Thématiques Culture, Patrimoine, Catalanité

Salon Léonard Liège Belgique

OPERATIONS SALONS GRAND PUBLIC ET PROFESSIONNELS

Toutes thématiques

- Tourisme Durable (adhésion à l'association nationale du Tourisme Durable)
- Opération spéciale Occitanie Dublin
- Tourisme urbain (affaires, événementiel, culturel, GSO, oenotourisme...)

Rendez-vous en France Nantes

FILIERES - DYNAMIQUES PARTENARIALES

- ➡ Offres spécifiques clientèles curistes
- ➡ Carte départementale « Ambassadeur »
- ➡ Plaisance
- ➡ Club Croisière

Actions à définir avec les partenaires :

- Tourisme de Terroir / Label Vignobles et Découverte
- Grands sites Occitanie
- Tourisme d’Affaires
- Tourisme Industriel et économique
- La Méditerranée à Vélo
- Contrat de Destination Pyrénées
- EPIREMED

4/ Pôle Communication

Stratégie digitale

Relations presse

Pôle Communication, stratégie digitale

Relations presse

Les Relations Presse

Collaboration constante avec le CRT, les OTI/OTC/OT, le PNR, le Syndicat Mixte Canigó Gd Site, l'ADE, le CIVR, les Neiges Catalanes, la CPT...

Accueils médias

- Focus sur les grandes thématiques de notre destination : Pleine Nature slow, Pleine Nature speed, Culture/Patrimoine/Catalanité, Agri/Oenotourisme/Gastronomie
- Focus sur les 4 univers qui la composent : Méditerranée, Pyrénées, Urbain et Campagne
- Focus sur les 4 saisons (printemps, été, automne et hiver)

Les Marchés

Proximité (Grande Région et Région Catalogne) - France (national) - Belgique - Pays-Bas - Espagne - Allemagne - Royaume-Uni

Les Médias

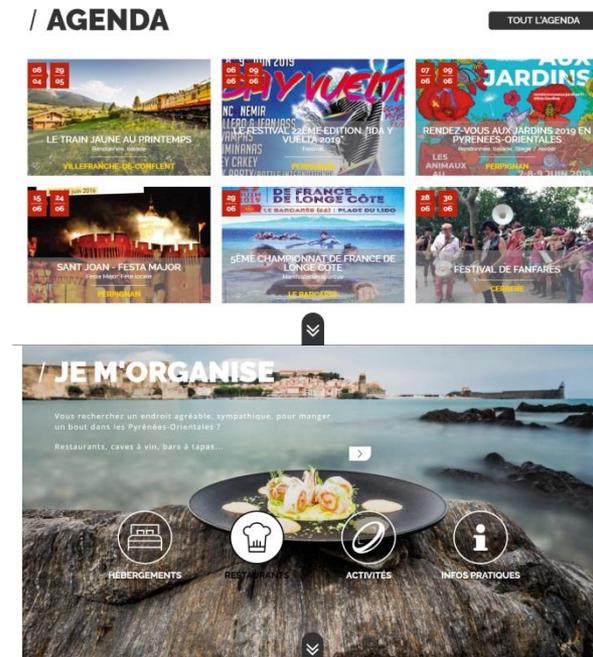
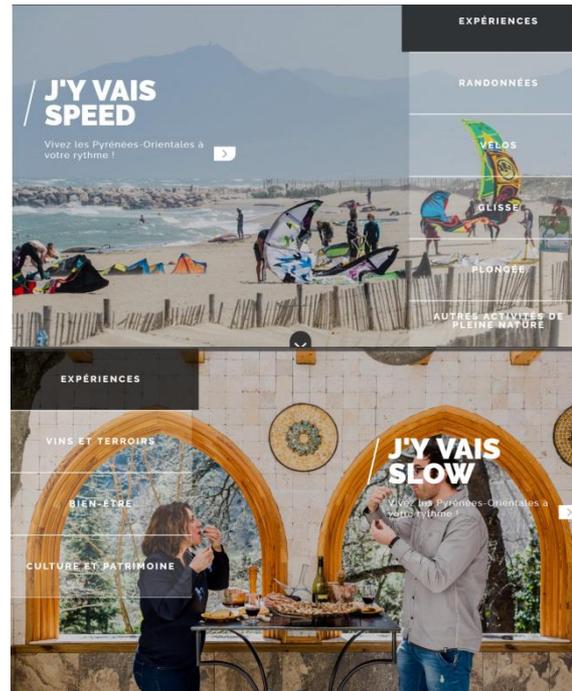
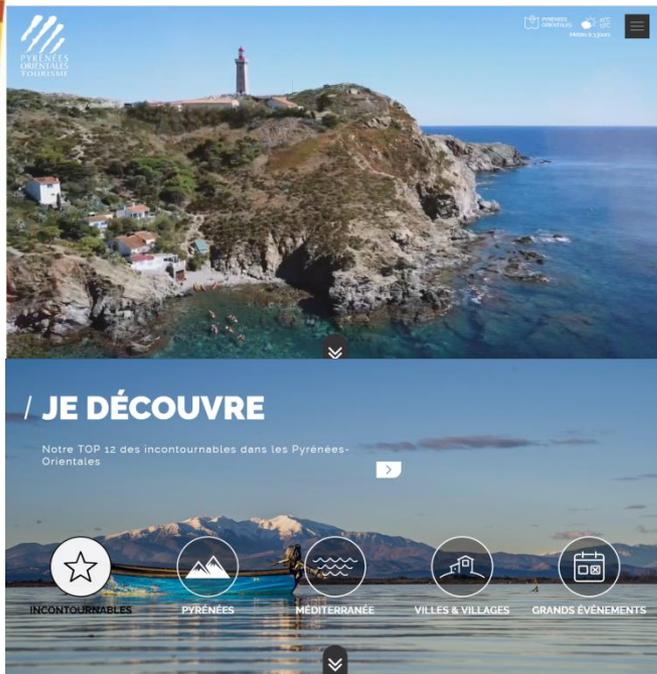
Presse écrite (print + digitale) - Radios - TV - Influenceurs

Pôle Communication, stratégie digitale, relations presse (suite)

Les outils numériques de l'ADT

Valoriser la notoriété de notre destination à travers 4 thématiques fortes présentes sur 4 univers/espaces pour un tourisme 4 saisons en s'appuyant sur les outils numériques de l'ADT : site grand public, blog et RS

Site grand public : tourisme-pyreneesorientales.com

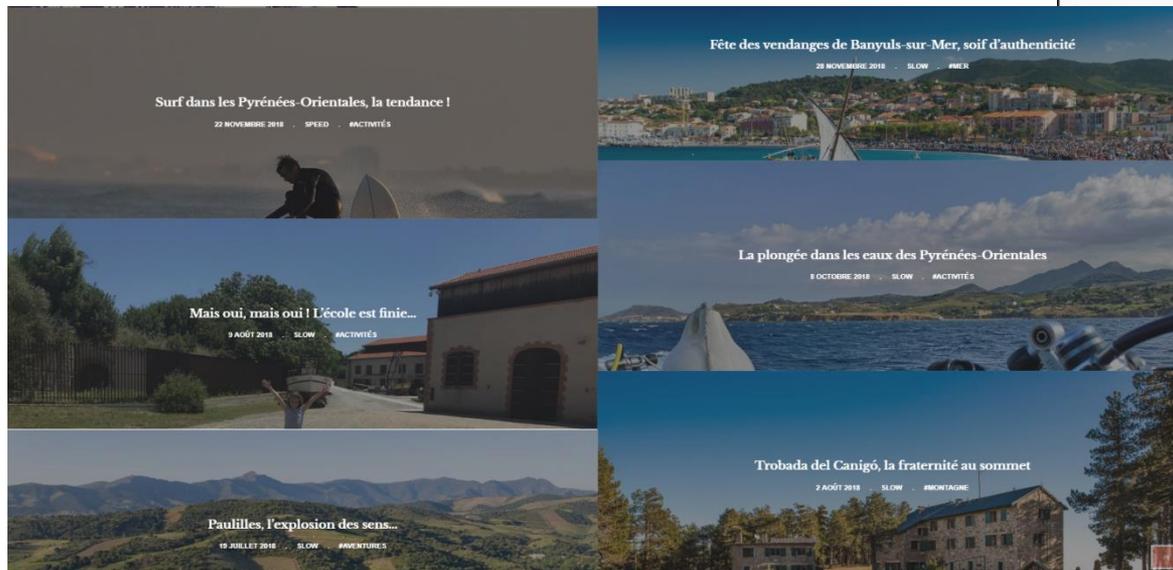


Les outils numériques de l'ADT

Blog : visitpo.fr - Vivez les Pyrénées-Orientales à votre Rythme !



E(PO)ustouflantes Pyrénées-Orientales



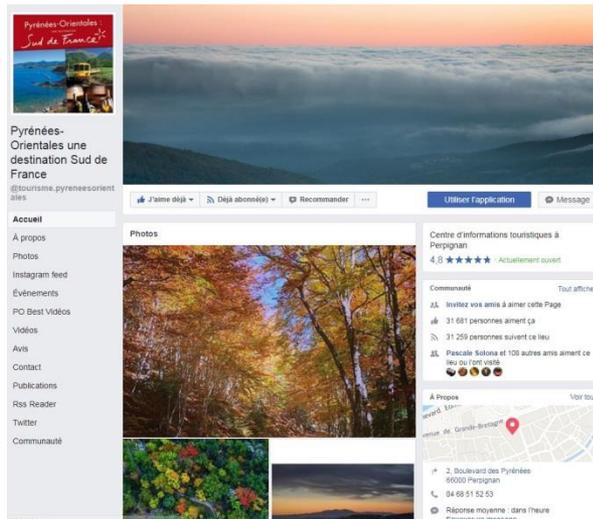
Les outils numériques de l'ADT

Réseaux Sociaux (visuels et noms en cours de modification)



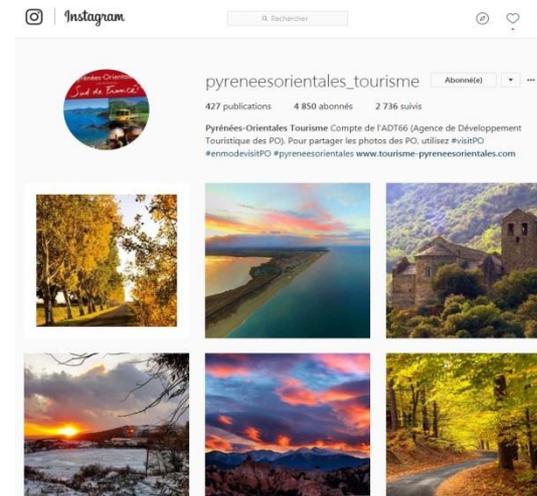
Facebook

Pyrénées-Orientales une destination Sud de France
F- ESP/CAT – GB
Soit une communauté totale de plus de 51 000 fans (au 18/10/19)



Instagram

pyreneesorientales_tourisme
F
+ de 14 170 abonnés (au 18/10/19)

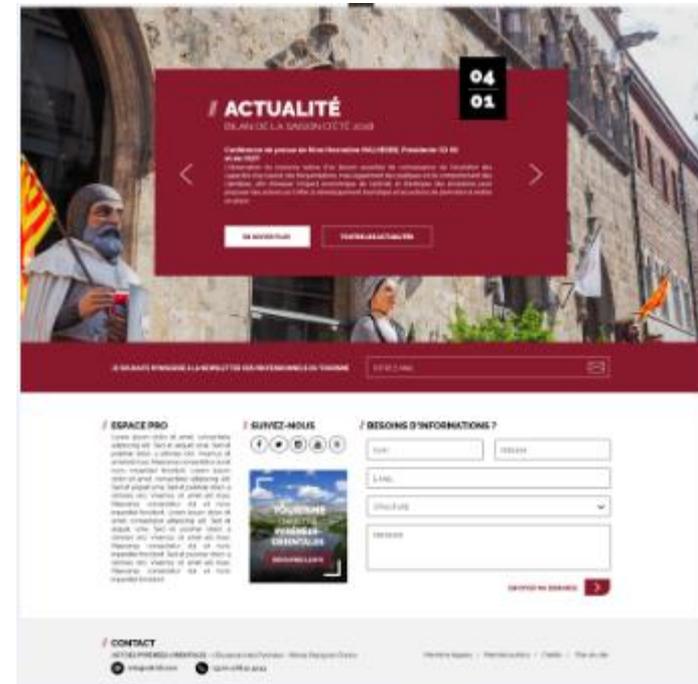
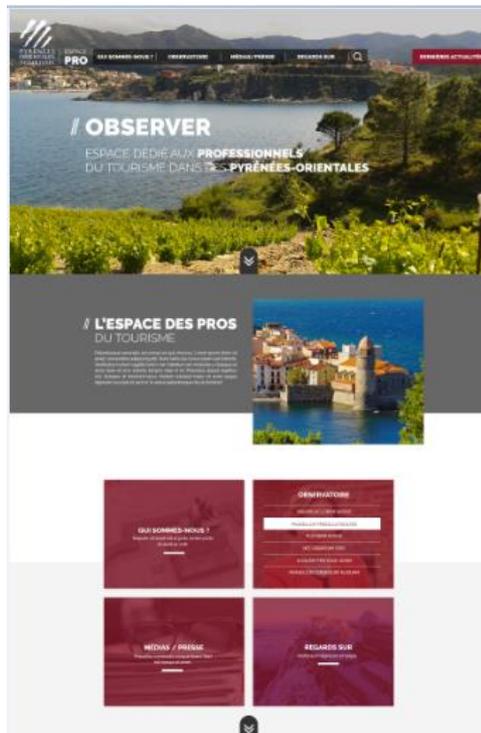


Les outils numériques de l'ADT

Développement du site « pro » : pro-tourismeadt66.com

Travail de développement d'un espace dédié aux professionnels du tourisme avec pour objectifs :

- de présenter l'ADT et ses missions en lien avec la stratégie départementale du tourisme et des loisirs
- de présenter les données de l'observatoire du tourisme, véritable outil d'aide à la décision
- de mettre à disposition des journalistes et influenceurs les outils nécessaires à la découverte de notre destination et de présenter aux professionnels du tourisme l'ensemble des retombées des actions menées avec les médias
- d'accompagner les porteurs de projets et les professionnels dans leur structuration et leur démarche de qualification et de labellisation pour une montée en gamme de l'offre touristique



Les éditions – Cartes, affiches ...

➡ Renouveler les outils // nouveau code-marque de destination

- carte Tourisme et Loisirs
- carte Vélos
- Chiffres clés du Tourisme et des Loisirs
- kakémonos
- affiches
- papeterie
- clés USB
- sacs
- visuels pour les salons et opérations de promotion

➡ Carte « hébergements » qui remplace les brochures

➡ Carte rando avec mise en avant des petites randonnées famille

Les actions et campagnes de communication en partenariat

Valoriser la notoriété de notre destination par des actions en partenariat avec le Département, les OTI/OTC, la CCI, l'ADE, le CIVR, Tourisme de Terroir, les Neiges Catalanes, le Club de l'Eco de L'Indépendant, le CRT, la CPT...

- **Exemples de partenariat :**

- **Avec le CRT Occitanie** (en attente du plan d'action) :

- Participation à la mise à jour des outils de communication
- Participation aux campagnes de communication
- Participation au contenu expérientiel et rédactionnel de la plateforme digitale tourisme-occitanie.com

- **Avec la Confédération Pyrénéenne du Tourisme** pour la promotion de la montagne hiver et été sur leurs marchés prioritaires (Grande Bretagne – Espagne – Ile de France) dans le cadre du **Contrat de Destination Pyrénées**

- **Avec Les Neiges Catalanes** : campagne mix média de promotion de la montagne hiver (novembre 20 à janvier 21)

- **Avec la CCI et l'ADE** : participation aux manifestations **#tourismdays** sur la stratégie webmarketing

- **Avec RESOT66** : participation à la Bourse d'échange de documentation touristique

- **Avec le Département** : participation à la Journée d'accueil des **Nouveaux Catalans** (oct 20)

Les actions de communication de l'ADT

Insertions et Campagnes de Communication numériques, social média et mix média autour de la nouvelle marque de destination

« La 4^{ème} dimension – Pyrénées Méditerranée en Pays Catalan »

Autres actions de communication numérique récurrentes

- **Promotion et soutien des sites et évènements phares** : Visa pour l'Image, Les Déferlantes, Eté 66, Fêtes de la Saint Jean, Festival Pablo Casals, Journées du patrimoine, les Enfants de la Mer, les 3 Fêtes de l'Ours, Mémorial du Camp de Rivesaltes, ...
- **Campagne social media Catalogne /Espagne** : posts sponsorisés sur notre page Facebook en catalan/castillan
- **Campagne social media pour la promotion de notre blog visitpo.fr** : posts sponsorisés sur notre page Facebook en français
- ...

Les actions de communication de l'ADT (suite)

Promotion des activités de pleine nature « speed » avec la **vidéo** «**Riders**» positionnant les Pyrénées-Orientales comme un terrain de jeu unique et présentant 12 sports de glisse : Ski rando, Snowboard, VTT, Trail, Canyoning, Parapente, Skate, Kitesurf, Windsurf, Surf, SUP, Plongée

- lors des opérations et salons liés à cette thématique (dans sa version intégrale)
- sur le site web et les réseaux sociaux (avec des formats segmentés par pratique (capsules))

PROJECTION DU FILM

Le 5 décembre 2019 à 18 H 30 au Méga Castillet