

Pôle Marketing & Attractivité



L'appétence des visiteurs et voyageurs à découvrir, vivre de nouvelles expériences, rencontrer, partager, s'accorder une parenthèse voyage, s'est largement manifestée dès que le contexte sanitaire l'a permis en 2021. En phase avec le positionnement de la destination Occitanie Sud de France et le concept de Fabuleux Voyages, ces tendances nourrissent l'enthousiasme des professionnels et nous amènent à faire évoluer notre action en faveur de la mise en marché des entreprises.

En 2022, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie poursuit et renforce ses actions mutualisées, en engageant partenaires et entreprises autour de plans d'actions co-construits en faveur des filières prioritaires et des destinations. A travers les dispositifs Tremplin, les Contrats de Destinations, la dynamique PACT, les Clubs d'entreprises, l'action collective se place ainsi au plus proche des réalités des territoires, et des besoins des socio-professionnels. Dans un contexte très évolutif, les dispositifs doivent s'adapter, et l'agilité constitue la clé du succès des plans d'actions.

De grands rendez-vous professionnels sont l'occasion pour le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs et les entreprises régionales partenaires de toucher voyageurs et prescripteurs du monde entier, afin de présenter leurs offres, leurs nouveautés, et engager de nouveaux partenariats commerciaux. Le CRTL saisit l'opportunité de la Coupe du Monde de Rugby pour séduire de nouveaux marchés cibles, et valoriser l'Occitanie, Terre de Rugby. Au-delà, souhaitant faire bénéficier aux professionnels de mises en avant exclusives de la destination, le CRTL est à l'œuvre pour organiser des événements 100% Occitanie en France et à l'étranger, dont deux opérations phares :

- Destination Occitanie à Toulouse, le workshop ciblant agences, autocaristes, tour opérateurs et comités d'entreprises autour de l'offre Loisirs
 - Destination Incentive à Montpellier, le workshop ciblant entreprises, agences de tourisme d'affaires et agences événementielles autour de l'offre Affaires
- Voyagistes, prescripteurs et chargés d'affaires seront également accueillis à destination à travers les éductours organisés à la découverte de l'Occitanie. Vivre la destination, goûter à l'Occitalité, une étape incontournable pour favoriser la pro-

grammation de nouveaux circuits, séjours, séminaires, incentives... et élargir le cercle des ambassadeurs de l'Occitanie !

Le programme Occ'ygène poursuit son développement en faveur d'un tourisme de proximité à travers les loisirs, avec un enrichissement de son offre de services et d'avantages, et de nouvelles modalités partenariales visant un déploiement plus large auprès des publics cibles. Le volet social du dispositif continue de permettre aux familles concernées et aux jeunes de voyager, visiter, découvrir, expérimenter, s'émerveiller en Occitanie.

LE PLAN D' ACTIONS 2022 S'ARTICULE AUTOUR DE 5 AXES PRIORITAIRES :

AXE 1. Favoriser la mise en marché auprès des voyageurs et des prescripteurs

AXE 2. Développer le tourisme de proximité à travers les loisirs

AXE 3. Impulser la croissance des filières prioritaires & des clubs

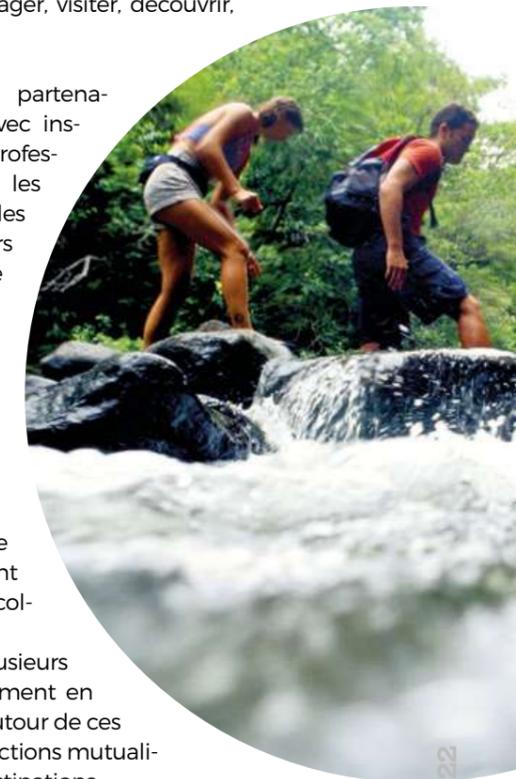
AXE 4. Renforcer l'attractivité : les Contrats de destinations et la dynamique PAC.

AXE 5. Déployer la stratégie de Gestion de la Relation Client

Grâce aux dynamiques partenariales fortes engagées avec institutionnels, réseaux professionnels et entreprises, les filières prioritaires et les Clubs enrichissent leurs programmes avec de nouvelles opérations et de nouveaux formats d'actions mutualisées. Les filières agritourisme, oenotourisme, thermalisme, bien être, activités de pleine nature, tourisme des jeunes, tourisme d'affaires, et le Cercle Prestige bénéficient de cet effet de levier du collectif.

En préparation depuis plusieurs mois, les contrats de destination entrent progressivement en phase opérationnelle, et les groupes de travail réunis autour de ces dynamiques de territoires sont force de proposition d'actions mutualisées, en lien avec la stratégie propre à chacune des destinations.

Avec le déploiement de la Gestion de la Relation Client, et la mise en oeuvre de la stratégie partagée aux côtés des 11 départements engagés, le CRTL développe un marketing digital vertueux au service des territoires. L'enrichissement de la base de données prospects / visiteurs constitue un enjeu majeur contribuant à la croissance de l'audience de la destination Occitanie Sud de France, la valorisation de l'offre régionale, la conquête et la fidélisation des voyageurs.



AXE 1. FAVORISER LA MISE EN MARCHÉ AUPRÈS DES VOYAGISTES ET DES PRESCRIPTEURS

Tout au long de ces deux dernières années impactées par le contexte sanitaire, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs a gardé un lien étroit avec les voyageurs étrangers, tout en accordant une attention particulière au marché domestique, en quête de programmation de nouvelles destinations en France. Suite aux webinaires, présentations, workshops menés pour la plupart en distanciel, le CRTL repart à la rencontre des marchés étrangers ciblés en 2022.

Le CRTL s'attache à présenter toute l'attractivité de la destination Occitanie, ses atouts et son positionnement en faveur d'un tourisme durable, en phase avec les évolutions des besoins des voyageurs, en quête d'expériences, de rencontres, de découvertes, de nouveautés.

Différents événements sont l'occasion de stimuler la programmation de séjours en Occitanie Sud de France par les prescripteurs :

1. Workshops BtoB proposés par Atout France dans le cadre d'opérations Destination France
2. Grands rendez-vous annuels permettant de toucher des voyageurs du monde entier offrant l'opportunité aux professionnels de présenter leurs offres, leurs nouveautés et de contracter et commercialiser avec ces voyageurs
3. Opérations spéciales dédiées exclusivement à la destination Occitanie

1 MARCHÉ FRANÇAIS ET PROXIMITÉ

DÉFIS ET ENJEUX

- Accompagner le développement de la production France des AGV et TO
- Poursuivre notre collaboration avec les autocaristes français (groupes)
- Former les prescripteurs de destinations (AGV,...) via des webinaires et/ou des éductours



PARTENARIAT AVEC LE COMITÉ D'ENTREPRISE AIRBUS À TOULOUSE

Parution sur le site intranet d'Airbus d'une brochure 2022/2023 – Week-ends de rêve en Occitanie co-produite par le Comité d'entreprise Airbus, le CRTL Occitanie, les centrales de réservation départementales et agences réceptives en contrat avec Airbus.

Cible :

Salariés du CE d'Airbus, 15 000 salariés et leurs 30 000 ayants-droits.

Partenaires :

Hébergeurs, sites et territoires mis en avant dans les packages des réceptifs en contrat avec Airbus

Actions :

Proposition d'une sélection de week-ends et séjours thématiques dans une brochure dédiée pour les salariés du CE d'Airbus

2 MARCHÉS EUROPEENS

DÉFIS ET ENJEUX :

- Conquérir et reconquérir les clientèles européennes des marchés prioritaires du CRTL Occitanie (Allemagne, Espagne, Pays-Bas, Belgique, Royaume-Uni, Italie, Suisse, Luxembourg)
- Soutenir et augmenter la programmation de nouvelles offres dans le cadre de la Coupe du Monde de Rugby 2023
- Séduire une clientèle à moins de 3 heures (train ou avion) ciblant les bassins des agglomérations européennes bénéficiant (ou ayant bénéficié) d'un accès direct vers la région

BELGIQUE

21 ET 22 SEPTEMBRE 2022 : WORKSHOP TRAVEL IN FRANCE, FLANDRES ET WALLONIE

Cible :

TO et associations, 60 à 80 TO en Flandres et 30 à 40 en Wallonie.

Organisateur :

Atout France Belgique

Participation :

Ouvert aux entreprises privées et institutionnelles

Objectifs :

Reprendre contact sur le terrain avec les voyageurs belges. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux voyageurs internationaux.

NOVEMBRE/DÉCEMBRE 2022 : SOIRÉE NETWORKING ET DÉMARCHAGE AGENCES DE VOYAGES AVEC LE TO TRANSEUROPE : 3ème TO belge pour la clientèle individuelle et 1er TO sur l'hôtellerie de charme et de caractère.

Cible :

TO, Agences de voyages

Organisateur :

Transeurope

Participation :

Possibilité d'être accompagné d'un ou 2 hôteliers vendus par le TO

Actions :

Soirée de présentation Occitanie (50 à 60 agences de voyages) + démarchage des agences de voyages de Transeurope dans une ville de Flandre.

Objectifs :

- 1) Développer la programmation d'hébergements de charme sur la brochure « Charming » mais aussi des hébergements haut de gamme dans la brochure luxe « Go Chic » pour valoriser les hôtels de charme 5 étoiles de l'Occitanie
- 2) Former les agents de voyages à la destination et présenter les produits vendus en brochures.

PAYS-BAS

Avec plus de 50 % de taux d'intermédiation aux Pays-Bas, le CRTL souhaite retourner sur le terrain et garder le lien avec les voyageurs néerlandais.

LE 9 JUIN 2022 : RENCONTRES PROFESSIONNELLES B2B EXPLORE FRANCE, AMSTERDAM

Cible :

TO et agences (Environ 25 attendus)

Organisateur :

Atout France Pays-Bas

Partenaires :

Ouvert aux entreprises privées et institutionnelles

Objectifs :

Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux voyageurs internationaux, avec un accent particulier sur l'offre écoresponsable et les APN.

Le CRTL Occitanie poursuit son partenariat avec le TO Pharos Reizen ANWB, leader sur les produits autotours aux Pays-Bas et touchant les 4,5 millions de familles néerlandaises adhérentes à l'ANWB.

2022 : PHAROS REIZEN SE DIVERSIFIE ET SE LANCE DANS LES CIRCUITS GROUPES POUR UNE COMMERCIALISATION EN 2023. AIDE À L'ÉLABORATION D'ITINÉRAIRES POUR 2023.

Cible :

B2B

Organisateur :

CRTLO en lien avec Pharos Reizen

Partenaires :

CRTLO en lien avec les ADT/OT et les entreprises privées

Objectifs :

Proposer des circuits groupes programmés en 2023 par Pharos Reizen.

ROYAUME-UNI

Le Royaume-Uni est un marché très mature et très complexe avec un taux d'intermédiation à 22 %. Avec 9 aéroports sur 10 en Occitanie qui proposent des lignes aériennes directes vers l'Angleterre, le CRTL Occitanie privilégie son partenariat avec Accor UK qui travaille avec les plus grands TO du pays.

FÉVRIER 2022 (SOUS RÉSERVE SITUATION EN UK) : WORKSHOP ACCOR LEISURE UK LONDRES

Cible :

TO, présence des 100 principaux TO de Grande Bretagne invités par Accor

Organisateur :

Accor UK

Partenaires :

CRTLO, OT de Toulouse et de Montpellier sponsors de la manifestation.

Objectifs :

Reprendre contact sur le terrain avec les voyageurs de Grande-Bretagne, leur proposer une production de nouvelles offres dans le cadre de la coupe du monde de Rugby.

IRLANDE

Avec 6 lignes aériennes directes de l'Occitanie vers l'Irlande, le CRTL Occitanie souhaite poursuivre son partenariat initié en 2014 avec le 1er réseau d'agences de voyages du pays, Travel Bug. Une produc-



tion de nouvelles offres dans le cadre de la coupe du monde de Rugby sera présentée.

1^{ER} SEMESTRE 2022 : ORGANISATION DE 4 WEBINARS EN LIGNE POUR LE RÉSEAU

Organisateur :

Travel Bug

Partenaires :

Institutionnels (ADT et OT)

Actions :

Formation à la destination des agents de voyages membres du réseau Travel Bug

COURANT 2022 : EDUCTOURS EN OCCITANIE

Organisateur :

CRTL Occitanie

Partenaires :

Institutionnels (ADT et OT), sites et hébergeurs

Actions :

Suite à la série de webinaires organisés en début d'année, accueil en Occitanie.

MI-NOVEMBRE 2022 : TRAVEL CENTRES CONFERENCE

Organisateur :

Travel Bug

Partenaires :

entreprises privées + institutionnels

Actions :

Workshop sous forme de speed-dating avec formation des agences de voyages

ALLEMAGNE

Avec un marché très mature et un taux d'intermédiation faible, le CRTL privilégie son partenariat avec les grossistes leaders en Allemagne (Touren Service et La Cordée Reisen) sur la cible groupes qui travaillent avec plus de 8000 autocaristes germanophones (Allemagne, Suisse, Autriche).

2022 : PARTENARIAT AVEC TOUREN SERVICE, UN DES GROSSISTES LEADERS EN ALLEMAGNE

Thématiques :

Multithèmes (loisirs)

Cible :

Autocaristes

Partenaires :

partenaires et entreprises privées (hébergeurs, sites...)

Actions :

Partenariat pour « Get your Group » :
- Aide à la mise en marché pour augmenter le nombre de partenaires sur la plateforme de réservation mise en ligne par Touren Service
- Organisation de webinars, participation au salon RDA Cologne.

AUTOMNE 2022 : EDUCTOUR EN OCCITANIE LA CORDÉE REISEN, UN DES GROSSISTES LEADERS EN ALLEMAGNE

Cible :

Autocaristes

Organisateur :

CRTLO

Partenaires :

CDT et OT en lien avec entreprises privées

Actions :

La Cordée Reisen invite 20 à 25 clients autocaristes à découvrir la région Occitanie lors d'un éductour.



FIN OCTOBRE 2022 : WORKSHOP FRANCE

Cible :

TO (50 TO attendus)

Organisateur :

Atout France Allemagne

Partenaires :

Entreprises privées + institutionnels

Objectifs :

Reprendre contact sur le terrain avec les voyageurs allemands. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux voyageurs internationaux.

ITALIE

FIN AVRIL 2022 : TOURNÉE ROADSHOW FRANCIA 2022, ROME ET MILAN

La multiplication des dessertes aériennes directes sur l'Italie est autant d'opportunités pour le développement de notre destination.

Cible :

TO, AGENCES (120 voyageurs attendus)

Organisateur :

Atout France Italie

Partenaires :

institutionnels et entreprises privées

Objectifs :

Reprendre contact sur le terrain avec les voyageurs italiens. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux voyageurs internationaux, et valoriser l'Occitanie, terre de rugby.

OCTOBRE 2022 : EDUCTOUR BOSCOLO EN OCCITANIE

Cible :

TO, agences et force de vente

Organisateur :

CRTLO

Partenaires :

ADT/OT en lien avec entreprises privées

Actions :

Accueil d'une dizaine d'agences de voyages du TO et 2 membres de l'équipe production du TO. Découverte de Toulouse, Carcassonne, Montpellier et le Gard à la demande du TO.

Objectifs :

Développer les relations avec ce TO leader en Italie afin de travailler en partenariat et de positionner l'Occitanie comme une destination incontournable dans leur programmation.



ESPAGNE

Pour ses lignes directes de l'Espagne vers Toulouse et Montpellier (Madrid, Seville...), Pour la proximité de l'Occitanie avec l'Espagne.

JUIN 2022 (DATE À DÉFINIR) : SPÉCIAL OCCITANIE AVEC WORKSHOP ET DÉMARCHAGES, MADRID

Cible :

agents de voyages, TO loisirs et Mice

Organisateur :

Atout France Espagne et CRTLO

Partenaires :

entreprises privées et publiques

Objectifs :

Reprendre contact sur le terrain avec les voyageurs espagnols. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux voyageurs internationaux.

EUROPE CENTRALE ET AUTRICHE

Pour ses 4 lignes directes de l'Europe Centrale vers Toulouse et Lourdes (Pologne, Hongrie, République Tchèque, Croatie).

16 ET 17 MAI 2022 : WORKSHOP FRENCH RENDEZ-VOUS, VIENNE

Cible :

TO (Présence de 150 TO d'Europe Centrale)

Partenaires :

entreprises privées + institutionnels

Organisateur :

Atout France Autriche / Europe Centrale

Objectifs :

Reprendre contact sur le terrain avec ces voyageurs. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux voyageurs internationaux.



DÉFIS ET ENJEUX :

- Positionner la destination Occitanie auprès des marchés lointains identifiés pour leur potentiel, à fort taux d'intermédiation (près de 80 % pour certains) et stimuler la programmation de séjours auprès des voyageurs et tour opérateurs
- Soutenir et accompagner la programmation de nouvelles offres dans le cadre de la Coupe du Monde de Rugby 2023 auprès des clientèles dont les équipes nationales seront engagées dans cette compétition à rayonnement international
- Conseiller et orienter les voyageurs et tour opérateurs pour leur programmation, en valorisant l'offre de la destination en phase avec les attentes des clientèles internationales (train avec rail Europe, randonnées, vélo, nature, parcs...).

Suggestions de visites, découvertes, dégustations permettant la rencontre entre visiteurs et producteurs, artisans invitent à prolonger la durée des séjours pour ces clientèles lointaines, en lien avec la stratégie de tourisme durable de la destination.

**ETATS-UNIS**

La région Occitanie est placée dans le Top 5 de ce marché pour la France. Le CRT et ses partenaires mènent depuis plus de 10 ans des actions de formations workshop, démarchages, auprès des TO américains. 700 tour-opérateurs ont été rencontrés lors de workshops ou éductours et 508 agences formées lors des démarchages sur site et webinaires.

A noter : Selon l'ASTA, début mars 2021, 76% des conseillers en voyages constatent une augmentation du nombre de clients en 2021, comparée à une période pré pandémie, et 80 % sont approchés par des voyageurs n'ayant jamais utilisé les services

d'une agence de voyages. Intérêt pour notre région pour le patrimoine et l'histoire, les grands sites naturels (notamment les parcs régionaux, le fluvial (Canal du Midi), la randonnée (Les Pyrénées et le chemin de Saint Jacques de Compostelle), le vélo (la route des cols Pyrénées, les plus beaux villages de France et le canal), le spirituel avec Lourdes, le vin et la gastronomie.

FRANCE 360 AMERIQUES DU 17 AU 21 OCTOBRE 2022

Rendez-vous pré-programmés avec les TO, leader pour la vente de la France, formation à la destination et séminaires agences...

Cible :
TO (150 TO (USA, Canada et Mexique, Brésil))

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels

Organisateur :
Atout France USA

Objectifs :
Reprendre contact sur le terrain et stimuler la programmation de ces voyageurs, leur proposer une production de nouvelles offres dans le cadre de la coupe du monde de Rugby. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux Américains.

SEA TRADE (USA) DU 25 AU 27 AVRIL 2022

Cible :
Armateurs, TO, agences

Partenaires :
Port de Sète et Port Vendres

Organisateur :
Atout France USA

Actions :
Dans le cadre des actions des Club des croisières de Sète et de Port Vendres, Participation du CRTLO. Présentation de l'Occitanie aux armateurs, TO, agences réceptives pour développer les croisières et excursions en Occitanie.

CANADA

L'Occitanie au top 5 des destinations françaises pour les Canadiens. Le CRT est en relation avec 383 tour-opérateurs canadiens depuis plus de 10 ans, le taux d'intermédiation est de 77%.

Objectif :
Augmenter la part de marché de la région



au Québec et en Ontario et séduire les Canadiens de Vancouver en les incitant à prendre les lignes directes existantes (4 vols Toulouse - Montréal par semaine entre mai et octobre), et préparer l'arrivée d'Air Canada (repoussée cause covid) : Montréal - Toulouse et Toronto - Montréal - Toulouse

WORKSHOP FRANCE MONTRÉAL QUEBEC - TORONTO - VANCOUVER DU 21 AU 25 FÉVRIER 2022

Rendez-vous pré-programmés avec les TO, leader pour la vente de la France, formation à la destination et séminaires agences...

Cible :
TO et agences

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels

Organisateur :
Atout France Canada

Objectifs :

Reprendre contact sur le terrain et stimuler la programmation de ces voyageurs, leur proposer une production de nouvelles offres dans le cadre de la coupe du monde de Rugby. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux Américains.

EDUCTOUR TO CANADIENS EN OCCITANIE DATE À DÉTERMINER

Cible :
TO

Partenaires :
CDT en lien avec entreprises privées

CHINE

Nombreux sont les « repeaters » qui souhaitent découvrir la France via les tours-opérateurs (Chine Continentale, Hong Kong, Taiwan : Près de 85 % d'intermédiation). Le CRTL Occitanie est en relation avec 567 tour-opérateurs chinois. L'Occitanie est la 2ème région exportatrice française de vins en Chine. La région est implantée au sein d'une Maison de la Région Occitanie à Shanghai, depuis plus de 10 ans.

L'Occitanie, grâce à la notoriété de ses vins, (Le vin « Gérard Bertrand » avait été déclaré fin 2019, vin préféré du président Chinois Xi Jinping), son attractivité, sa situation privilégiée entre la région Provence Côte d'Azur, Bordeaux et Catalogne, largement programmée par cette clientèle, a donc tous les



Organisateur :
Atout France Chine

Objectifs :
Reprendre contact sur le terrain et stimuler la programmation de ces voyageurs. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux Chinois.

atouts pour reconquérir ce marché dès qu'il voyagera à nouveau avec un objectif d'augmenter le nombre de nuitées / étapes en Occitanie durant leurs circuits traversant notre région et de proposer de nouvelles offres aux tour-opérateurs en quête de nouveaux produits nature à proposer à leurs clients en post-covid.

CHINA WORKSHOP À PARIS LE 06 AVRIL

Cible :
TO et agences chinoises basées en Europe

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels

Organisateur :
ID Travel
Post-tour Occitanie à destination des TO chinois basés en Europe

WORKSHOP « TOURISME FRANCE CHINE » FIN NOVEMBRE (SELON ÉVOLUTION SANITAIRE) ET DÉMARCHAGE, FORMATION TAIWAN ET HK

Cible :
B2B / presse

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels

INDE

L'Inde était un marché en pleine croissance avant le Covid avec une des économies émergentes les plus dynamiques du monde. La France a accueilli 700 000 voyageurs indiens en 2019 (nombre record). La clientèle indienne a un pouvoir d'achat élevé, se déplaçant beaucoup en train (Rail Europe). Le taux d'intermédiation est de 80%. Le CRTL est en relation avec 479 tour-opérateurs Indiens.

Un très fort potentiel pour Lourdes et le tourisme spirituel avec près de 20 millions de catholiques.

Sa proximité et sa connexion ferroviaire avec l'Espagne, sa situation privilégiée entre la région Provence Côte d'Azur et Catalogne, largement programmée par cette clientèle, a donc tous les atouts pour reconquérir ce marché avec un objectif de reprogrammer notre territoire et d'augmenter le nombre de nuitées / étapes en Occitanie durant leurs circuits traversant notre région et leur proposer une nouvelle offre pour les voyageurs en quête de nouveautés.

WORKSHOP INDE « EXPÉRIENCE FRANCE » ET SOIRÉES NETWORKING EN SEPTEMBRE 2022 (DATE ET FORMAT SELON ÉVOLUTION SITUATION)

Cible :
B2B (100 TO présents)

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels

Organisateur :
Atout France Inde

Objectifs :
Relancer la programmation de Lourdes et inciter les voyageurs à prolonger les itinéraires en Occitanie.

JAPON

Le Japon : un marché mature, qualitatif. Le taux d'intermédiation est à 80%. Le CRTL Occitanie est en relation avec 227 tour-opérateurs japonais et a accueilli plus de 100 TO dans notre région. Thématiques : tourisme urbain, gastronomie / oenotourisme, randonnée/cyclotourisme, parcs naturels, culture et patrimoine, tourisme de luxe, tourisme fluvial. Avant le Covid, l'Occitanie était en forte progression dans la programmation de l'offre régionale : La région était présente dans toutes brochures japonaises « France » avec en moyenne 5 à 7 nuitées en Occitanie, souvent en mono-destination.

WORKSHOP SAKIDORI TOKYO, OSAKA DU 20 AU 24 JUIN 2022

Cible :
B2B / presse (150 TO)

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels

Organisateur :
Atout France Japon

Actions :
2 Workshops pré-programmés, démarchages des TO leaders et présentation presse et pro.

Objectifs :
Reprendre contact sur le terrain et stimuler la programmation de ces voyageurs, leur proposer une production de nouvelles offres dans le cadre de la coupe du monde de Rugby. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée aux Japonais.

AUSTRALIE NOUVELLE ZELANDE

832 000 Australiens sont venus en France en 2019. Leur durée moyenne de séjour en France est de 14 jours en moyenne. Taux d'intermédiation de 85% . Les Australiens sont très attachés à réserver l'ensemble de leur voyage à l'étranger via un agent de voyage qui joue un grand rôle de concessionnaire de la France et de conseil, rôle largement mis en avant lors de la pandémie (gestion report et annulation). Le CRTL Occitanie est en relation avec 39 Tour-opérateurs.



WORKSHOP FRANCE AUSTRALIE ET NOUVELLE ZÉLANDE, MELBOURNE, AUCKLAND, SYDNEY DU 05 AU 09 SEPTEMBRE 2022

Cible :
TO, Mice, Agences Virtuoso

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels

Organisateur :
Atout France Australie

Actions :
3 Workshops pré-programmés, démarchages des TO leaders et présentation presse et pro, avec un focus sur oenotourisme, la gastronomie, les APN (randonnées, cyclotourisme), le tourisme de nature

Objectifs :
Proposer une production d'offres dans le cadre de la coupe du monde de Rugby. Assurer la présence de l'Occitanie dans l'offre française proposée à ces marchés auprès des clientèles dont les équipes nationales seront engagées dans cette compétition à rayonnement international.

LES GRANDS RENDEZ-VOUS MULTIMARCHÉS

Depuis le printemps 2020, le CRTL a collaboré avec les principaux réseaux de distribution de voyages français et internationaux. En 2022, l'action se poursuit permettant de favoriser l'intermédiation entre les entreprises régionales et les tour-opérateurs, les autocaristes et les principaux réseaux de distribution.

2022 : OPÉRATION RÉGIONALE (WORKSHOP ET SOIRÉE NETWORKING) DÉDIÉE AUX AGENCES RÉCEPTIVES ET TO MULTIMARCHÉS BASÉES À PARIS

Cible :
Agences et TO

Organisateur :
CRTL Occitanie

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels + Clubs

Actions :
Présentation de la région et workshops avec les partenaires.

12 AU 14 MARS 2022 : DESTINATION OCCITANIE 2022

Rendez-vous incontournable en Occitanie, tous les 2 ans pour la cible voyageurs groupés. L'accent sera mis sur la mise en avant de la diversité de l'offre de la destination, le tourisme durable, les activités de pleine nature, et la Coupe du Monde de Rugby 2023



12 ET 13 MARS : PRÉTOURS DESTINATION OCCITANIE

Cible :
B2B cible groupes

Organisateur :
CRTL Occitanie

Partenaires :
CDT/OT, en lien avec les entreprises privées

Actions :
Organisation de 9 éductours

LE 14 MARS 2022 : WORKSHOP DESTINATION OCCITANIE, TOULOUSE

Cible :
Autocaristes, agences, TO, chargées d'affaires, CE

Organisateur :
CRTL Occitanie

Partenaires :
entreprises privées + institutionnels + Clubs.

Actions :
Workshop sur une journée sous forme de rendez-vous pré-programmés, 100 exposants de la région et près de 100 sociétés attendus

18 AU 23 MARS 2022 : RENDEZ-VOUS EN FRANCE 2022

Le rendez-vous international incontournable pour le B2B. 750 voyageurs internationaux et 650 exposants français présents.



18 AU 21 MARS : PRÉTOURS RENDEZ-VOUS EN FRANCE 2022 EN OCCITANIE

Cible :
TO

Organisateur :
CRTL Occitanie

Participation des partenaires :
CDT / OT, en lien avec les entreprises privées

Actions :
Organisation de 2 éductours

22 ET 23 MARS : WORKSHOP RENDEZ-VOUS EN FRANCE 2022, NANTES

Cible :
TO

Organisateur :
Atout France

Participation des partenaires :
entreprises privées + institutionnels + Clubs

Actions :
Workshop sous forme de rendez-vous pré-programmés. 55 exposants de la région attendus (participation co-financée par le CRTLO)

OCTOBRE 2022 : DESTINATION VIGNOBLES

Rendez-vous professionnel proposé aux exposants français pour promouvoir les destinations associant « Tourisme et Vins » auprès de 150 acheteurs internationaux spécialisés dans la thématique oeno-touristique ou proposant des produits sur cette thématique.

WORKSHOP DESTINATION VIGNOBLES, AIX EN PROVENCE

Cible :
TO

Organisateur :
Atout France

PARTICIPATION DES Partenaires :
entreprises privées + institutionnels

Actions :
Workshop dédié à l'oenotourisme sur une journée sous forme de rendez-vous pré-programmés.

Contacts :
Nicole Pradines
nicole.pradines@crtoccitanie.fr
Sandra Dargent
sandra.dargent@crtoccitanie.fr



PRÉTOURS DESTINATION VIGNOBLES EN OCCITANIE

Cible :
TO

Organisateur :
CRTL Occitanie

PARTICIPATION DES Partenaires :
CDT/OT en lien avec entreprises privées et labellisés Vignobles et découvertes

Actions :
Organisation de 2 éductours au cœur des vignobles labellisés

**AUTOMNE 2022 : WORKSHOP CYCLE SUMMIT, CHAM-BÉRY**

Cible :
B2B

Organisateur :
Organisateurs du Cycle Summit

PARTICIPATION DES Partenaires :
entreprises privées qui commercialisent des produits vélo

Actions :
Valoriser l'offre vélo de l'Occitanie auprès des voyageurs internationaux

DU 30 MARS AU 2 AVRIL 2022 : CLUBS DES CROISIÈRES DE SÈTE ET PORT VENDRES (COLLIOURE)**30 MARS : WORKSHOP CROISIÈRES, COLLIOURE**

Cible :
B2B croisiéristes

Organisateur :
Clubs des Croisières de Sète et Port Vendres

PARTICIPATION DES Partenaires :
CDT / OT en lien avec entreprises privées et Club des croisières

Actions :
Valoriser l'offre d'excursions

1 ET 2 AVRIL : EDUCTOURS PYRÉNÉES-ORIENTALES ET HÉRAULT

Cible :
B2B croisiéristes

Organisateur :
Clubs des Croisières de Sète et Port Vendres

PARTICIPATION DES Partenaires :
CDT/OT en lien avec entreprises privées

Actions :
Valoriser l'offre d'excursions

NEWSLETTERS DESTINATION OCCITANIE 2022

Newsletter (versions française et anglaise) envoyée chaque semestre à nos fichiers de voyageurs français / francophones et internationaux (près de 6000 voyageurs) afin de présenter des nouveautés de la région et de les inspirer pour leurs programmations.

NOUVEAUTÉ 2022 :

Rédaction de nouveaux contenus mettant en avant par rubrique (hébergements, activités, produits, sites à visiter...) les entreprises engagées menant des actions en faveur du tourisme durable.

**AXE 2. DÉVELOPPER LE TOURISME DE PROXIMITÉ À TRAVERS LES LOISIRS****1 PROGRAMME OCC'YGÈNE : LES LOISIRS POUR TOUS EN OCCITANIE**

Les dimensions sociale et responsable sont primordiales dans la stratégie touristique régionale. Le dispositif de la carte Occ'Ygène mis en œuvre à l'été 2020 traduit avec succès (45 000 détenteurs de carte à ce jour) la nécessité, exacerbée par la crise sanitaire, d'engager une stratégie de développement touristique plus équilibrée dont les bénéficiaires doivent être clairement perçus par les habitants de la région.

DÉFIS ET ENJEUX

- Positionner le CRTL en tant que leader de la problématique des loisirs sur le marché de proximité
- Définir les contours d'un écosystème qui privilégie une plus grande cohérence des acteurs institutionnels en matière de structuration marketing de l'offre de loisirs, de communication, de valorisation de ces offres et d'appropriation des dispositifs par les habitants de la région, notamment les publics les plus sensibles mais également par les visiteurs en séjours.

OBJECTIFS DU PROGRAMME

- > Stimuler la consommation des loisirs en particulier par les habitants de la région
- > Favoriser l'accès à ces offres par des publics sensibles (familles aux revenus modestes, jeunes)
- > Générer du volume d'affaires chez les prestataires

AXES OPÉRATIONNELS PRIORITAIRES

- Renouvellement des détenteurs de cartes, fidélisation : offre préférentielle pour le renouvellement des cartes des anciens titulaires, prolongation de la durée d'utilisation pour les salariés dont le CSE est partenaire, réactivation annuelle automatique des cartes Jeunes
- Mise en place de dispositifs de communication on et off-line pour la conquête de nouveaux utilisateurs (jeu-concours, stimulation des ventes, parrainage...)
- Développement de l'attractivité du dispositif par l'enrichissement du catalogue des offres
- Optimisation de l'outil de présentation du programme (harmonisation des offres de réduction, tunnel de conversion spécifique pour les opérations de conquête) et engagement d'une réflexion

sur un média dédié à l'information loisirs des clientèles de proximité

- Evolution de la monétisation de la carte Occ'Ygène : étude des conditions de renouvellement de la monétisation par la Région, mise en place des principes de co-monétisation du dispositif par des partenaires publics ou privés
- Engagement des prestataires et partenaires à relayer le dispositif : diffusion du kit de communication, mise en place d'un réseau de revendeurs avec les Offices de Tourisme
- Elargissement de la cible utilisateurs de la carte Occ'Ygène aux visiteurs en séjour (vers un système de carte d'hôte, offre spéciale "curiste" en collaboration avec la Fédération Thermale Occitanie)
- Recherche de complémentarité avec les dispositifs régionaux (carte jeune, offres de transport LiO)
- Valorisation du dispositif en BtoB à l'occasion du workshop Destination Occitanie

Contact : Hélène Quin
helene.quin@crtoccitanie.fr
05 61 13 55 82 / 06 10 67 50 16



AXE 3. IMPULSER LA CROISSANCE DES FILIÈRES PRIORITAIRES & DES CLUBS

MARKETING DES FILIÈRES, 2 AXES D'INTERVENTION

APPROCHE FILIÈRE

Actions au bénéfice de
l'ensemble des acteurs
et des destinations

Selon plan d'actions,
financement partenarial

APPROCHE CLUB

Actions spécifiques
dédiées aux membres
du club

Co-financement CRTL
Adhérents

1 FILIÈRE AGRITOURISME ET ŒNOTOURISME

DÉFIS & ENJEUX :

- Etablir un modèle partenarial qui rassemble les différentes parties prenantes de l'agritourisme autour d'objectifs communs, en prenant en compte les valeurs environnementales.
- Identifier et valoriser des Destinations Saveurs Durables autour de produits emblématiques du terroir.

CHANTIERS & ACTIONS ANNUALISÉES

- Poursuivre la démarche collective engagée autour de l'œnotourisme en impliquant les interprofessions viticoles, les ADTs et CDTs et les destinations Vignobles & Découvertes d'Occitanie.
- Elargir le champ d'actions à l'agritourisme pour positionner l'Occitanie comme une destination saveurs de référence sur le modèle de l'organisation et du fonctionnement développés pour l'œnotourisme

ACTIONS PRIORITAIRES :

- Faire émerger des Destinations Saveurs Durables et définir les axes opérationnels à court et moyen terme
- Développer la notoriété du Fascinant Week-End et en faire un événement phare auprès du grand public

PLAN D'ACTIONS MUTUALISÉ

Co-construction d'un plan d'actions mutualisées avec les partenaires de la filière

En projet :

- Participation aux événementiels "agritouristiques" sur le marché de proximité

- Soutien aux Destinations Vignobles & Découvertes à travers le Fascinant Week-End 2022
- Création de circuits à la journée autour de Destinations Saveurs Durables (réalisation de cartes et (ou) événementiel dédié)
- Réalisation de campagnes de marketing digital
- Accueils de presse

- Publi-rédactionnel presse régionale
- Enquête de clientèle + étude de l'offre

Cible :

Marché de proximité + France

Contact : Céline Guérin-Rolland
celine.guerin@crtoccitanie.fr
Tél.: 04 30 63 84 27

ACTEURS	FINANCEMENT	FILIÈRE	CLUB
ADT / CDT Interprofessions viticoles Réseaux et regroupements (Bienvenue à la ferme, Tourisme gourmand, Sites remarquables du goût et Vignobles & Découvertes) IRQUALIM Chambre Régionale d'Agriculture	20% CRTL 20% interpros oeno 20% ADT 20% institutionnels Agri 20% Interpros Agri Vignobles et découvertes et Sites Remarquables du Goût	X	

2 FILIÈRE ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

DÉFIS & ENJEUX

- Finaliser la mise en œuvre du plan d'actions 2019-2022 de la GTMC-VTT et définir les modalités de gouvernance pour la période suivante
- Articuler la stratégie APN avec les contrats de destination pour mutualiser les forces et gagner en lisibilité et visibilité de l'offre

CHANTIERS & ACTIONS ANNUALISÉES

- Consolider la stratégie régionale en faveur du tourisme à vélo et la décliner en plans d'actions partagés pluriannuels
- Identifier les activités de pleine nature à haut potentiel pour l'Occitanie, accompagner leur développement et leur promotion

ACTIONS PRIORITAIRES

- Capitaliser sur le passage du Tour de France en Occitanie (7J en 2022) pour positionner l'Occitanie en tant que destination incontournable du tourisme à vélo
- Développer, animer et fidéliser les audiences du Club Trail (opt-ins newsletter, communauté Strava)

3.2.1. ASSISES DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE, MILLAU

Journées professionnelles destinées aux acteurs de la filière APN

Objectifs :

Co-construire la feuille de route régionale en faveur des APN ; renforcer les liens entre acteurs du tourisme de pleine nature, institutionnels et privés

Partenaires :

Tous les acteurs régionaux des APN (prestataires d'activités, organisateurs d'événements, réceptifs, ADT/OT, ligues sportives, CROS, comités d'itinéraires...).

Période :

février ou mars 2022

3.2.2. CLUB ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE TRAIL

PLAN D'ACTIONS MUTUALISÉES DU CLUB

En projet :

Organisation d'un challenge Strava, Création et diffusion de fiches-parcours et d'une newsletter 100% Trail, Participation mutualisée à des salons (Festival des Templiers, UTMB®), Démarchage et accueil de journalistes et influenceurs.

Objectifs :

accroître la structuration, la lisibilité et le référencement de l'offre trail d'Occitanie ; positionner l'Occitanie comme une destination incontournable pour les trailers de tous niveaux et pour leurs accompagnants (famille, amis)

Cibles :

trailers/coueurs français et leurs accompagnants



LES COMITÉS D'ITINÉRAIRES VÉLO

Dans le cadre de l'axe 3, le CRTL Occitanie poursuit son engagement au sein de 3 comités d'itinéraires : la GTMC, ViaRhôna et la Méditerranée à vélo.

En projet :

Campagnes digitales, Animation de réseaux sociaux, Démarchage et accueil de journalistes, Participation à des salons, Organisation d'éductours, Création et diffusion d'un « kit partenaires », Réalisation d'études de fréquentation...

Objectifs :

positionner l'Occitanie comme une destination de premier plan pour la pratique du cyclotourisme ; toucher de nouvelles clientèles en déclinant une offre de courts séjours et de services adaptés à leurs attentes

Cibles :

pratiquants français et européens de cyclotourisme - différents profils-cibles selon les itinéraires : sportifs, épicuriens, familles, micro-aventuriers, etc.

Partenaires :

CRTL, ADT, OT, IPAMAC

Contact : Elsa Guérin
elsa.guerin@crtoccitanie.fr
05 61 13 55 38



FOCUS : LA GTMC

Le CRTL Occitanie est chef de file pour la définition et la mise en œuvre du plan d'actions de promotion de la GTMC-VTT. Parmi les actions fléchées pour 2022 : conception et diffusion d'un « carnet de route » ; organisation d'un challenge Strava et d'une campagne de génération de trafic ; participation au Vélo Vert Festival et au Super Besse Bike Festival.



*Toute entreprise adhérente à un club doit être adhérente au CRTL Occitanie (100 € non assujettis à TVA pour 2022)

3 FILIÈRE THERMALISME

Dans la continuité des actions développées en 2021, la filière thermalisme fait l'objet d'un plan d'actions participatif (programme Tremplin) associant le CRTL, la Fédération Thermale Occitanie, les communes des stations thermales (participation forfaitaire au salon des Thermalies) ainsi que les ADT engagées sur cette filière.

DÉFIS ET ENJEUX

- Affirmer l'Occitanie en tant que destination thermique et de bien-être leader au niveau national
- Considérer les stations thermales comme des destinations touristiques à part entière en stimulant l'écosystème de la filière (FTO, ADT, établissements thermaux, offices de tourisme)
- Diversifier les clientèles et les offres (de la cure conventionnée aux prestations bien-être non-médicalisées)
- Valoriser l'excellence des soins et les innovations médicales et techniques
- Faire converger les intérêts d'acteurs divers du bien-être : spas thermaux, thalasso pour renforcer l'attractivité de la destination

ACTEURS	FINANCEMENT	FILIÈRE	CLUB
Fédération Thermale Occitanie Stations (communes et établissements thermaux) Offices de Tourisme ADT	45% CRTL 55% partenaires	X	

CHANTIERS & ACTIONS ANNUALISÉES

- Maintenir la position de l'Occitanie en tant que 1ère destination thermique de France, en développant le nombre de curistes dans la région
- Renforcer la notoriété de la destination en générant du trafic qualifié vers le site occitanie-thermale.com, dans une approche de conversion pour les stations thermales
- Développer des partenariats avec les stations thermales, intégrer la carte Occ'ygène au pack accueil des curistes

ACTIONS PRIORITAIRES

- Concevoir un plan d'actions marketing online et offline alliant objectifs de notoriété et de conversion
- Activer la base de données prospects ayant manifesté un intérêt pour le thermalisme en Occitanie
- Mettre en œuvre un plan d'actions avec la presse



PLAN D'ACTIONS THERMALISME CO-CONSTRUIT

En projet :

- Afficher la destination Occitanie thermique en écho à la vitrine digitale www.occitanie-thermale.com au salon des Thermalies à Paris sur un stand collectif, en réponse aux demandes des stations d'être représentées sur un événement phare national dédié au thermalisme
- Mise en place d'un plan multimédias (mix online et offline) en orchestrant des prises de parole tout au long de la saison thermique
- Mise en place d'un cycle relationnel auprès des contacts curistes et prospects issus du site www.occitanie-thermale.com ainsi qu'en direction des médecins (prescripteurs généralistes, cible nationale)
- Développement des relations presse (conférence et rendez-vous 1to1 dans le cadre des Thermalies, dossier de presse, organisation d'accueil en station)
- Offre préférentielle Carte Occ'ygène en direction des curistes et de leur accompagnant

Cibles :

Occitanie - régions limitrophes - France

Contact : Recrutement en cours
Corinne Carrere
corinne.carrere@crtoccitanie.fr
0561135505 / 0607113554

4 FILIÈRE BIEN ÊTRE



DÉFIS ET ENJEUX

- Asseoir le club Bien-Etre comme véritable vitrine du tourisme de bien-être en Occitanie
- Poursuivre le travail de mobilisation des acteurs du bien-être thalasso et spa thermal initié en 2021, regroupés dans un même collectif
- Favoriser la mise en marché des acteurs du bien être au national

CHANTIERS & ACTIONS ANNUALISÉES

Développer les arguments « bienfaits thalasso » / « bienfaits eau thermique » en axant le discours sur les propriétés/vertus des soins à base d'eau de mer et d'eau thermique

- A travers la collection d'offres constituées par les acteurs du Club Bien-être, positionner l'Occitanie comme une destination bien-être adaptée à tous : couples/familles/individuels/jeunes/seniors

ACTIONS PRIORITAIRES

- Développer des gammes d'offres (offres familles / offres couples / offres individuels / offres ado ...)
- Concevoir un plan d'actions marketing online et offline alliant objectifs de notoriété et de conversion
- Activer la base de données prospects ayant manifesté un intérêt pour le bien-être en Occitanie

ACTEURS	FINANCEMENT	FILIÈRE	CLUB
Spas thermaux, centres de thalasso	50% CRTL 50% adhérents Montant de l'adhésion Club : 490 €* * <td></td> <td>X</td>		X



PLAN D'ACTIONS CO-CONSTRUIT AVEC LES ADHÉRENTS DU CLUB BIEN-ÊTRE

En projet :

- Mise en ligne d'une rubrique dédiée au Bien-Etre sur le site voyage-occitanie.com
- Mise en œuvre de 3 volets d'actions :
 - Actions tronc commun pour agir sur la notoriété de l'Occitanie en tant que destination Bien-être
 - Actions dédiées thalassos (notoriété et conversion)
 - Actions dédiées spas thermaux (notoriété et conversion)
- Campagnes de communication digitale pour agir sur la notoriété (blogtrips / sponsoring de newsletters / partenariats avec des supports à forte audience)
- Campagnes de communication digitale sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
- Push de messages / publicités personnalisés pour chaque adhérent auprès d'une cible déterminée par l'adhérent. Contenu des messages : une offre spéciale, une nouveauté, une actualité, une video...
- Campagnes de marketing digital pour favoriser la conversion : emailings / sponsoring d'newsletters

Cibles :

Occitanie - régions limitrophes - France

Contact : Véronique Segat
veronique.segat@crtoccitanie.fr
06 72 75 98 98

5 FILIÈRE TOURISME DES JEUNES

DÉFIS ET ENJEUX

- Positionner l'Occitanie comme une destination de premier plan pour les vacances et les loisirs des jeunes, grâce à la diversité de ses univers de consommation permettant une offre de séjours thématiques diversifiée
- Favoriser l'accès aux vacances pour les enfants
- Créer un lien d'attachement avec la destination
- Fidéliser et dénicher des prescripteurs / ambassadeurs, notamment via les réseaux sociaux

CHANTIERS & ACTIONS ANNUALISÉES

- Elargir l'action partenariale à de nouveaux opérateurs afin de promouvoir l'offre régionale
- Développer l'offre en direction des enfants et adolescents (4/12 ans et 12/17 ans) et en direction des jeunes (18/25 ans) en particulier autour d'activités outdoor
- Soutenir les réservations de séjours juniors, notamment sur les ailes de saison (vacances de printemps, vacances d'automne)

ACTIONS PRIORITAIRES

- Structurer et développer le catalogue de séjours juniors
- Concevoir un plan d'actions marketing online et offline alliant objectif de notoriété et de visibilité de l'offre de séjours juniors et objectif de conversion afin de générer des contacts qualifiés vers les offres des prestataires partenaires

ACTEURS	FINANCEMENT	FILIÈRE	CLUB
Unat Occitanie Opérateurs, Centrales et réceptifs départementaux	66% CRTL 34% partenaires	X	

PLAN D'ACTIONS

En projet :

- Communication et mise en marché des offres de séjours Juniors par gamme marketing (séjours nature, sportifs, créatifs)

- Mise en œuvre d'un plan d'action digital multi-supports (réseaux sociaux, adwords, emailing sur cibles affinitaires) visant à générer du trafic sur la page de campagne et des contacts qualifiés pour les opérateurs et réceptifs départementaux partenaires
- Répartition des moyens pour stimuler la consommation des offres juniors sur les 3 périodes de vacances solaires : Pâques, été, Toussaint
- Développement des relations presse et influenceurs (communiqué et dossier de presse sur la collection et les nouveautés Juniors, accueil influenceurs Famille)
- Développement de l'offre touristique à destination des jeunes (18-25 ans) par le biais de la carte Occ'ygène (recrutement de nouveaux prestataires) et actions d'animation des prestataires partenaires pour une plus grande sensibilisation de cette cible
- Relance des classes découvertes en structurant et valorisant une offre en direction des scolaires calée sur les programmes d'histoire, de géographie et des sciences de la nature des 1ers et 2nd cycle (catalogue des offres, actions de valorisation BtoB)
- Coordination des informations tourisme et transports dans une optique de facilitation de la consommation de loisirs par les jeunes

Cibles :

Parents (séjours juniors) et jeunes résidant dans la région ou en cursus d'études Occitanie - France

Contact : Recrutement en cours
Corinne Carrere
corinne.carrere@crtoccitanie.fr
05 61 13 55 05 / 06 07 11 35 54



DÉFIS & ENJEUX

- Développer la notoriété de l'Occitanie afin d'en faire une destination incontournable du tourisme d'affaires en France
- Accompagner les professionnels de la filière dans la mise en marché de l'offre MICE en Occitanie
- Faire des actions menées par le Club de véritables leviers apporteurs d'affaires pour les adhérents

CHANTIERS & ACTIONS ANNUALISÉES

- Développer le nombre d'entreprises adhérentes au Club Business Occitanie, compléter l'offre et élargir la représentativité sur le territoire
- Faire du Club Business et du site mice-occitanie.com des outils de références pour l'offre MICE en Occitanie
- Conquérir de nouveaux chargés d'affaires, organisateurs d'événements, en faire des ambassadeurs de la destination Occitanie pour l'organisation de leurs événements d'affaires
- Constituer une médiathèque tourisme d'affaires illustrant la diversité de l'offre MICE valorisée dans les actions de promotion : photos, vidéos

ACTIONS PRIORITAIRES

- Mettre en oeuvre une campagne marketing visant à valoriser l'offre MICE de la destination, toucher de nouveaux organisateurs d'événements, et à générer des demandes de devis vers les entreprises adhérentes
- Participer aux Workshops B2B du secteur sur le marché national et marchés européens ciblés
- Organiser des workshops dédiés à l'Occitanie sur le marché national
- Développer les actions avec les entreprises en direct afin de faire connaître le club et élargir le fichier prospects

PLAN D'ACTIONS CO-CONSTRUIT AVEC LES ADHÉRENTS DU CLUB BUSINESS

ACTEURS	FINANCEMENT	FILIÈRE	CLUB
Hébergements et sites de séminaires, traiteurs, transporteurs, agences événementielles et réceptives, prestataires incentive, palais et bureaux de congrès (selon critères)	50 % CRTL 50 % adhérents Montant de l'adhésion Club : 490 €* Montant de l'adhésion Club : 490 €* Montant de l'adhésion Club : 490 €*		

*Toute entreprise adhérente à un club doit être adhérente au CRTL Occitanie (100 € non assujettis à TVA pour 2022)

**3.6.1. WORKSHOPS ET SALONS SUR LE MARCHÉ NATIONAL :**

En projet, conditions de participation détaillées en contactant le Club Business :

SO EVENEMENTS TOULOUSE

Première édition toulousaine du salon So Evénements : workshop, conférences, rendez-vous inversés...

Date :

1er et 2 février

PURE FRANCE PARIS (À CONFIRMER)

Workshop MICE avec rendez-vous pré-programmés.

Date :

10 mars

WORKSHOP HEAVENT MEETING SUD CANNES

Workshop regroupant Top décideurs et exposants MICE, avec 7 à 10 rendez-vous pré-programmés par jour, soirées networking et cycles de conférences

Date : du 19 au 21 avril

**MICE PLACE LYON**

Workshop avec rendez-vous pré-programmés + rendez-vous inversés

Date :

30 juin et 1er juillet

MICE PLACE MARSEILLE

Workshops avec rendez-vous pré-programmés + rendez-vous inversés

Date :

19 et 20 septembre

3.6.2. WORKSHOPS DÉDIÉS À L'OCCITANIE - MARCHÉ NATIONAL

En projet, conditions de participation détaillées en contactant le Club Business :

WORKSHOP MICE OCCITANIE À PARIS

Workshop spécial MICE Occitanie visant à conquérir la cible Parisienne, organisé par les équipes du CRTL et du Club Business en format afterwork.

Date :

1er semestre

**WORKSHOP MICE OCCITANIE À LYON**

Workshop spécial MICE Occitanie visant à conquérir la cible Lyonnaise, organisé par les équipes du CRTL et du Club Business en format afterwork.

Date :

à confirmer

WORKSHOP DESTINATION INCENTIVE A MONTPELLIER

Workshop spécial MICE Occitanie organisé par les équipes du CRTL et du Club Business, accueillant corpos, agences, associations nationales avec rendez-vous pré-programmés et circuits d'éductours. Exposants adhérents Club Business et Bureau des Congrès de Montpellier ainsi que les CDTs intéressés par la cible MICE

Date :

15 au 17 octobre à confirmer

3.6.3. WORKSHOPS DÉDIÉS À L'OCCITANIE - MARCHÉ RÉGIONAL

En projet, conditions de participation détaillées en contactant le Club Business :

MICE PLACE CITY TOULOUSE

Workshop Afterwork local organisé par

Meet&Com. Soirée networking sans rendez-vous réunissant corpos et agences.

Date :

7 avril

DÉMARCHAGE CLIENTS

Démarchage des réseaux d'entrepreneurs type MEDEF, clubs d'entreprises...

Date :

à déterminer

3.6.4. WORKSHOPS ET SALONS SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS :

En projet, conditions de participation détaillées en contactant le Club Business :

MEETINGS AND INCENTIVE SUMMIT (MIS) MADRID

Workshop avec rendez-vous pré-programmés

Date :

21 et 22 avril à confirmer

IMEX FRANCFORT (sous réserve de coordination avec les Convention Bureaux Toulouse et Montpellier)

Salon destiné aux spécialistes de l'organisation de conférences et congrès, de lancements de produits, d'incentives et de l'achat de contingents dans les établissements accueillant une clientèle d'affaires, avec rendez-vous pré-programmés.

Date :

du 26 au 28 avril à confirmer

M&I EUROPE SPRING

Workshop MICE avec rendez-vous pré-programmés et networking Incentive.

Date :

du 8 au 11 mai

BBT ONLINE

Workshop networking en afterwork organisé en Belgique par le magazine mensuel belge spécialisé MICE BBT on line, qui dispose d'un réseau MICE qualifié.

Date :

13 juin

IBTM BARCELONE

Salon international de l'industrie MICE en Europe, avec rendez-vous pré-programmés.

Date :

du 29 novembre au 1 décembre

ROADSHOWS PARTANCE MICE

Démarchage agence organisé par Partance MICE

Date :

2 et 3 mars Genève et Lyon ou 23 et 24 novembre Paris et Genève

3.6.5. CAMPAGNES DE COMMUNICATION ET MARKETING DIGITAL

Campagnes de communication et marketing offline et online : insertions, e-newslet-



ter trimestrielle mettant en avant les actualités adhérents et l'offre MICE en Occitanie, posts mettant en avant les actualités adhérents réseaux sociaux, référencement sur les sites Réunir, Partance, Pure Meetings...

Cible :

MICE marché national, Fichier Hosted Buyers national du Club Business (corpo, agences, associations), followers page LinkedIn pro du CRTL Occitanie

Contacts :

Cécile Sénard
cecile.senard@crtoccitanie.fr
06 89 88 27 25
Victoria Baylet
victoria.baylet@crtoccitanie.fr
05 61 13 55 95

DÉFIS ET ENJEUX :

Poursuivre et renforcer la dynamique du Cercle Prestige en fédérant des acteurs du tourisme haut de gamme / luxe en Occitanie

- Favoriser leur mise en marché sur les marchés internationaux et nationaux ciblés
- Identifier de nouveaux bassins de clientèles susceptibles de consommer leurs produits (BtoC : clientèle étrangère de proximité / locale / nationale)

CHANTIERS ET ACTIONS ANNUALISÉS :

- Positionner l'Occitanie comme une destination proposant des expériences inédites, avec des produits qualitatifs, et des services / prestations adaptés à l'accueil de clientèles toujours plus exigeantes
- Asseoir le Cercle Prestige comme véritable vitrine du tourisme en Occitanie auprès de la clientèle internationale
- Valoriser l'offre du Cercle Prestige comme une collection, une gamme d'offres à part entière.

ACTIONS PRIORITAIRES :

- Développer les offres en fonction des thématiques attendues par les différentes cibles des campagnes digitales
- Concevoir une campagne marketing alliant notoriété et conversion afin de délivrer aux adhérents des contacts qualifiés
- Mettre en œuvre la stratégie de communication spécifique Cercle Prestige avec une attention particulière sur les réseaux sociaux, les influenceurs et la presse selon opportunités

PLAN D'ACTIONS CO-CONSTRUIT AVEC LES ADHÉRENTS DU CERCLE PRESTIGE**En projet :**

- Enrichissement des contenus en lien avec l'offre Prestige sur voyage-occitanie.com
- Campagnes de communication digitale pour agir sur la notoriété de la collection Prestige - véritable vitrine de produits haut de gamme en Occitanie, notamment sur les réseaux sociaux via les comptes Facebook et Instagram TourismeOccitanie
- Organisation de blog trips en région autour d'expériences à vivre chez les membres du Cercle Prestige, ciblant blogueurs / influenceurs français ou internationaux
- Campagnes de marketing digital pour favoriser la conversion : emailings / sponsoring d'newsletters
- Accompagnement et conseil dans la mise en marché de leur offre sur les marchés internationaux
- Participation au workshop BtoB annuel ILTM à Cannes - International Luxury Travel Market

- Document numérique Collection Prestige en français et en anglais dédié aux agences de voyages et TO français et internationaux avec présentation détaillée de chaque professionnel du Cercle

Cibles :

marché France et marchés Europe
Période : année 2022

Contact : Véronique Segat
veronique.segat@crtloccitanie.fr
06 72 75 98 98



Laissez-vous inspirer par notre sélection d'idées cadeaux et distinguez-vous en offrant à vos proches une parenthèse enchantée en Occitanie. Art du vivre, authenticité et convivialité seront les ingrédients de ce fabuleux présent.



ACTEURS	FINANCEMENT	FILIÈRE	CLUB
Hébergements B&B, péniches, hôtels, hébergements self catering de prestige, sites touristiques d'exception, restaurants gastronomiques, sociétés de transport haut de gamme, agences réceptives proposant des séjours sur mesure pour une clientèle internationale (selon critères)	50 % CRTL 50 % adhérents Montant de l'adhésion Club : 490 €* * <td>X</td> <td></td>	X	

2022, LA MONTÉE EN PUISSANCE DE LA DYNAMIQUE CONTRATS DE DESTINATION.**Un dispositif Atout France sur 3 ans entre l'Etat, le CRTL Occitanie et les acteurs locaux.**

Pour que l'Occitanie reste compétitive sur les marchés européens de proximité et renforce ses positions sur les marchés extra européens en forte croissance, le CRTL crée les circonstances d'actions collectives par la valorisation des destinations infra-régionales.

Le 22 octobre 2021, le conseil régional d'Occitanie a voté la concrétisation de 9 Contrats de Destination et Thématiques en devenir. Cette contractualisation officialise une volonté de travailler la marque Occitanie au travers des destinations ayant une réalité client tant au niveau national qu'international dans un principe de subsidiarité et de mutualisation :

- Faire porter l'action par l'opérateur le plus pertinent et le plus compétent,
- Définir ce qui relève du collectif et ce qui concerne l'action individuelle
- Faire mieux ensemble que chacun séparément et avoir un meilleur retour sur investissement.

L'ÉMERGENCE PROGRESSIVE DES DESTINATIONS

2021, mobilisation des énergies,... 2022, mobilisation des budgets.

Les plans d'actions des différents contrats de destination se déclineront en fonction de la maturité des différents territoires à porter collectivement les marques et actions opérationnelles.

Les premières actions porteront sur la mise en place de nouvelles gouvernances, ainsi que la définition collective d'une stratégie de développement pour chaque destination et sur la constitution de budgets mutualisés.

Une démarche participative associant acteurs du tourisme publics et privés (offices de tourisme, ADT, mais aussi hébergeurs et prestataires de loisirs, ...) devra permettre de co-construire les bases d'un positionnement attractif, différenciant et fédérateur, propre à chaque destination.

DES PLANS D'ACTIONS OPÉRATIONNELS DÈS 2022

Marques Internationales du littoral d'Occitanie, "Canal du Midi", "Pyrénées" (en partenariat avec Nouvelle Aquitaine ; pilotage Agence des Pyrénées), Contrat de Destination "Vallée de la Dordogne" (en partenariat avec Nouvelle Aquitaine).

DES COLLECTIFS À CONSTRUIRE POUR LES CONTRATS THÉMATIQUES

Contrat Thématique Grandes Itinérances et Activités de Pleine Nature Massif central, Contrat Thématique Savoir-faire et City breaks Toulouse, Contrat Thématique Œnotourisme Montpellier-Hérault-Languedoc.

De nouvelles réflexions sont en cours sur des contrats en préfiguration en fonction des volontés locales pour la destination " Lourdes " et Contrat Thématique Terre de festivals.

QUELS SONT LE CHAMP D'INVESTIGATION ET LES AXES OPÉRATIONNELS DES CONTRATS DE DESTINATION ?

Les plans d'action porteront principalement sur 3 grandes catégories d'actions (Observation, Marketing, Communication) permettant d'agir sur le développement économique d'une destination.

CATÉGORIE OBSERVATION : POUR COMPRENDRE LES ENJEUX, LES DÉFIS ET LE POTENTIEL DE LA DESTINATION

Suivre l'évolution des clientèles, mesurer les retombées économiques, et suivre l'évolution de la destination :

- Quelle est l'offre de la destination en termes d'Hébergements, Activités, Services, Restauration, Accessibilité, Sites et Patrimoine, Qualification & labels,...
- Quelle est la fréquentation de la destination en termes de flux saisonniers, Nuitées touristiques, Excursionnistes, Origines des

clientèles, Mobilités, Hébergements marchands/Non marchands, Activités pratiquées, Sites visités ...

- Quelle est l'évolution de la capacité « d'attraction/d'attractivité » de la destination ?
- Quelles sont les retombées économiques de la destination en termes d'emplois, de consommation...
- Quel est le niveau de satisfaction des visiteurs/usagers de la destination ?
- Quel est le ressenti des professionnels sur l'activité touristique ?
- Quelle est l'évolution de l'image et de la notoriété et des avis clients/usagers de la destination ?
- Quels sont les impacts en termes de tourisme durable de l'activité touristique sur la destination ?

L'Observation pourra s'appuyer sur les outils régionaux et départementaux :

- Fluxvision tourisme / Fairguest / Airdna / dispositif de conjoncture / RRIIT / Enquêtes thématiques / veille thématique

CATÉGORIE MARKETING : POUR DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

Accroître l'attractivité BotB et surtout BtoC de la Destination à l'international mais également stimuler la fréquentation de la Destination :

- Actions grand public sur des marchés prioritaires
 - Identification des micro-cibles, profiling et personas pour connaître leurs motivations
 - Organisation de la présence des Destinations sur le web et mise en place d'une

dynamique newsletter pour recruter des contacts et alimenter la GRC

- Prise en compte de tout l'éco-système numérique de la destination (création de compte réseaux sociaux, blogs, vidéo, ...)
- Marketing content pour alimenter sites Internet et Référencement naturel : création d'articles et de contenu multi-support.

- Actions BtoB sur des marchés prioritaires
 - Présence unifiée sur les salons BtoB avec une bannière sous laquelle rassembler tous les acteurs et renforcer le sentiment d'appartenance à la destination.
 - Workshop et éducteurs pour présenter de la destination dans sa globalité et son nouveau positionnement
 - Actions auprès des OTA et Tour Opérateurs (webinaire des ambassadeurs de la destination, ...)

- Actions BtoB sur le territoire
 - Séminaire de créativité pour créer une cohésion d'équipe, impulser une dynamique au sein du collectif, permettre l'échange d'idées et de points de vue entre les différents partenaires du contrat de destination
 - Production des éléments de langage commun
 - Proposition d'actions concrètes à court terme (à développer dans l'année) et de pistes de travail plus ambitieuses
 - Mise en place de Road Show, destiné à élargir le cercle des partenaires.

CATÉGORIE COMMUNICATION : POUR FAIRE RAYONNER LA DESTINATION

- Développer la notoriété et mettre en scène la marque de destination :
- Création de la marque de destination et articulation avec les marques existantes sur les territoires concernés et des outils associés pour son utilisation par les partenaires du Contrat
 - Création des supports et argumentaires, conception des outils d'animation du road show
 - Lancement d'une campagne de communication multi-supports sur les différents marchés cibles
 - Communication auprès des élus, directeurs OT et des partenaires sur l'actualité du dispositif pour conserver une forte mobilisation des acteurs locaux.

LES PACT OCCITANIE, PLANS D'ACTIONS COLLECTIFS DE TERRITOIRE

ACCOMPAGNEMENT DES MARQUES DE TERRITOIRE À FORTE NOTORIÉTÉ TOURISTIQUE

Suite à appel à projets auprès des ADTs et OTs, le CRTL accompagne des territoires dans leur communication collective sur le marché national voire international, en qualité de maître d'ouvrage. Ces contrats sont passés à l'échelle d'un territoire touristique dont les singularités de productions et d'image lui confèrent un statut de destination touristique.

- 3 premiers contrats ont été initiés et feront l'objet d'un plan d'actions en 2022 :
- PACT Aubrac
 - >> Positionnement Campagne montagnes douces et actives
 - PACT Gorges du Tarn
 - >> Positionnement Multi-Activités de Pleine Nature
 - PACT Lot-Aveyron-Lozère
 - >> Positionnement de proximité Trail et VTT

Contact : Benoît Millescamps
benoit.millescamps@crtoccitanie.fr
06 70 03 81 84



AXE 5. DÉPLOYER LA STRATÉGIE DE GESTION DE LA RELATION CLIENT

L'année 2022 sera une année décisive pour poursuivre le déploiement opérationnel de la stratégie de Gestion de la Relation Client (GRC) élaborée en 2021 par le CRTL avec les Agences Départementales du Tourisme de la région Occitanie.

Les plans d'actions qui seront mis en œuvre s'organiseront autour de 3 volets principaux, selon des modalités techniques et financières qui seront définis entre le CRTL et ses partenaires départementaux début 2022.



VOLET 1: ACTIONS DE COLLECTE

- Collecte propre au CRTL : le CRTL poursuivra le développement quantitatif et qualitatif de sa base GRC, passée de 34 000 contacts actifs en juin 2021 à 75 000 contacts actifs en décembre 2021 (+ 120%).

Objectif 2022 : + 100 000 nouveaux contacts qualifiés (profil, comportements, appétences), qui seront embaqués par des :

- Jeux-concours thématiques saisonniers gérés en interne par le CRTL (jeux réalisés via la plateforme de jeu Kimple et promus via des campagnes digitales sur les réseaux sociaux et les sites internet du CRTL)
- Opérations complémentaires réalisées par des agences spécialisées en acquisition/fidélisation : location d'emails

ciblés correspondants aux thématiques régionales prioritaires (APN, oenotourisme, etc.), co-registration sur des sites médias affinitaires, etc. (en cours de définition).

• Moteur d'inspiration sur le site internet du CRTL pour proposer des offres correspondant au plus près aux aspirations des internautes et qualifier ceux-ci à cette occasion (à l'étude)

• Collecte partagée CRTL/ADTs : le jeu « Gagnez votre fabuleux séjour Hiver en Occitanie », qui a permis d'engranger plus de 40 000 adresses emails optin qualifiées pour le CRTL et les 8 départements associés au jeu fin 2021, sera décliné tout au long de l'année 2022 à chaque saison (printemps, été, automne)



VOLET 2: ACTIONS D'ANIMATION

- Animation propre au CRTL : après avoir réorganisé au 2e semestre 2021 sa newsletter grand public mensuelle autour de deux cibles (cible régionale et cible nationale), le CRTL affinera ses prises de parole autour de ses thématiques régionales prioritaires (Bien-être, Trail, Thermalisme, etc.), en créant des newsletters trimestrielles et des campagnes d'emailing ciblées

- Animation partagée CRTL, ADTs, destinations : en projet pour 2022

ACTIONS DE CONNAISSANCE CLIENT

Les actions de collecte et d'animation menées en 2021 et 2022 par le CRTL et les 11 ADTs qui ont rejoint le projet devraient déboucher sur une mise à plat et une analyse partagée des données (anonymisées) pour augmenter la satisfaction client et optimiser nos actions de GRC à l'échelle régionale.

QUELQUES EXEMPLES DE TRAVAUX POSSIBLES :

- Cartographie des bases de données (BDD) et création de typologies de profils (prospects/ clients, CSP, origine géographique, données comportementales, données transactionnelles, etc.)

- Mesure de performance des actions de collecte (coût par lead, qualité des données, etc.) et d'animation (taux d'ouverture, taux de réactivité, taux de désabonnement, etc.) et mise en place d'un benchmark régional

- Définition d'une matrice de contenus personnalisés (par segments de clientèle, proximité, centres d'intérêts, données de navigation, etc.)

Contact : Marc Lemesle
marc.lemesle@crtoccitanie.fr
05 61 13 55 54

