

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 CENOTOURISME

DÉFIS & ENJEUX :

- Établir 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 ANNUELISÉES

- Poursuivre la démarche collective engagée autour de l'oénotourisme en impliquant les interprofessionnelles viticoles, les ADTs et CDTs et les destinations Vignobles & Découvertes d'Occitanie.
- Élargir 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'oénotourisme

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 événements "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

- Publirédactionnel presse régionale
- Enquête de clientèle + étude de l'offre

Cible :
Marché de proximité + France

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

ACTEURS	FINANCEMENT	FILIÈRE	CLUB
ADT / CDT Interprofessionnelles 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% Interpro oeno 20% ADT 20% institutionnels Agri 20% Interpro 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 ANNUELISÉES

- 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 (73 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 Tempeliers, 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/coureurs français et leurs accompagnants



3.2.3. VÉLOTOURISME

En 2021, le CRTL accueillait le CycleSummit (workshop international des TO vélo) en Occitanie pour sa 1ère édition en France. Afin que cette opération constitue la première pierre vers la définition d'une stratégie régionale en faveur du vélotourisme, une concertation a été lancée avec l'appui d'un bureau d'études. Cinq axes prioritaires ont été identifiés (1. construire une offre de mobilité douce sur le lieu de vacances ; 2. développer les itinéraires en s'appuyant sur les locomotives ; 3. déployer le concept de « cycling hub » ; 4. structurer et améliorer la notoriété de l'offre sportive sur route et VTT ; 5. développer une offre urbaine), sur la base desquels un plan d'actions partagé sera défini et mis en œuvre dès 2022.

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@occitanie.fr
05 61 13 55 38

ACTEURS	FINANCEMENT	FILIÈRE	CLUB
CLUB TRAIL Organisateurs d'événements, stations de trail, hébergeurs, CR®, agences réceptives...	50% CRTL / 50% adhérents Montant de l'adhésion : 250€ ou 400€ TTC* selon le type de prestataire		X
COMITÉS D'ITINÉRAIRES VÉLO : GTMC, VIARHÔNA, MÉDITERRANÉE À VÉLO CRTL, ADT, OT, IPAMAC	Selon mode partenarial de chaque comité d'itinéraire	X	
STRATÉGIE RÉGIONALE TOURISME À VÉLO	En cours de définition		

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



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 Besse Bike Festival.



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 engagés 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

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 Occygène 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

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



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 ItoI dans le cadre des Thermalies, dossier de presse, organisation d'accueil en station)
- Offre préférentielle Carte Occygène en direction des curistes et de leur accompagnant

Cibles :

Occitanie - régions limitrophes - France

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

4 FILIÈRE BIEN ÊTRE



DÉFIS ET ENJEUX

Asseoir le club Bien-Être 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

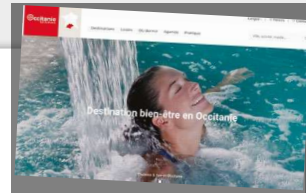
- Développer les arguments « bienfaits thalasso » / « bienfaits eau thermique » en axant le discours sur les propriétés/vertus des soins à base d'eau de mer et d'eau thermique
- À travers la collection d'offres constituées par les acteurs du Club Bien-être, positionner l'Occitanie comme une destination bien-être adaptée à tous : couples/familles/individuels/jeunes/seniors

ACTIONS PRIORITAIRES

- Développer des gammes d'offres (offres familles / offres couples / offres individuelles / 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 €*		X

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



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

En projet :

- Mise en ligne d'une rubrique dédiée au Bien-Être 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 (blogtips / 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, un nouveau, une actualité, une vidéo...
- Campagnes de marketing digital pour favoriser la conversion : emailings / sponsoring d'newsletters

Cibles :

Occitanie - régions limitrophes - France

Contact : **Véronique Segat**
veronique.segat@crtccoccitanie.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

- Élargir 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 départements et réceptifs départementaux partenaires

- Répartition des moyens pour stimuler la consommation des offres juniors sur les 3 périodes de vacances scolaires : 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 Occygène (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@crtccoccitanie.fr
05 61 13 55 05 / 06 07 11 35 54



6 CLUB BUSINESS

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	FILIERE	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 €* *		

*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 :
Ter 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 corps, 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 corps 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 lancement 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-newsletter



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

7 CERCLE PRESTIGE

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@crtoccitanie.fr
06 72 75 98 98



occitanie
Sud de France



Laissez-vous inspirer par notre sélection d'îles cadeaux et découvrez vous en offrant à vos proches une parenthèse enchantée en Occitanie. Air de 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 €* 	X	

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