
DESTINATION PAYS CATHARE

Toulouse – Carcassonne - Albi

10 février 2016

Villegly

LANGUEDOC
ROUSSILLON
LA RÉGION MIDI
PYRÉNÉES

Destination Pays Cathare Toulouse – Carcassonne - Albi

Une démarche ouverte, volontaire, pragmatique, fondée sur la coopération et l'intelligence économique.

Une démarche stratégique :

- Intégrée aux politiques régionales
- Renforçant la coopération villes / territoires
- Mettant en synergie les acteurs publics et privés

Une approche territoriale :

- Favorisant l'émergence d'une destination touristique interdépartementale au sein du nouvel espace régional
- Transcendant les limites administratives
- Fondée sur une politique de Contrat

Une approche marketing :

- Associant le patrimoine, l'art de vivre (gastronomie et vins), la culture (musées, évènementiels)
- Privilégiant l'itinérance et la mobilité des clientèles
- Développant le nouveau marché intérieur au profit de tous
- Ouverte sur les marchés traditionnels (France, Europe)
- Ambitionnant la conquête de nouvelles clientèles sur les marchés lointains et émergents

Destination Pays Cathare

Toulouse – Carcassonne - Albi

Une destination articulée autour:

- Des portes d'entrées du territoire:
 - Toulouse
 - Carcassonne
 - Albi
- Des infrastructures de transport
 - Aéroports
 - LGV
 - Autoroutes
- D'hébergements de qualité
 - Hôtellerie
 - Hôtellerie de plein air
 - Chambres d'hôtes de charme

Destination Pays Cathare

Toulouse – Carcassonne - Albi

Une destination marketée autour:

- D'une offre patrimoniale organisée et professionnelle
 - Châteaux, abbayes, édifices religieux
 - Grands Sites, Sites du Pays Cathare, etc.
 - Sites et démarches de labellisation UNESCO
 - Albi, Carcassonne, Canal du Midi
 - Extension du classement de la Cité de Carcassonne
 - Toulouse et les Chemins de St Jacques
 - Villes et bourgs de caractère témoins de l'histoire du Languedoc médiéval
 - Foix, Mirepoix, Minerve, etc.
- D'un art de vivre identitaire et haut de gamme :
 - 122 restaurants (Bib Gourmand ou Etoilés Michelin) en région LRMP, dont 51 sur la destination
 - Plus grand vignoble du monde (Minervois, Corbières, Gaillac, etc.)
- D'une offre culturelle reconnue par les clientèles touristiques
 - Musées (Toulouse Lautrec, Augustins, etc.) et expositions d'art contemporain
 - Festivals et Evènements

Les axes de travail

- Image et identité
 - Définition d'une identité partagée permettant à chaque partenaire d'affirmer, sous la bannière régionale, sa revendication de la destination
 - En direction du grand public (film à inscrire dans la collection des films réalisés par la région Midi-Pyrénées, vidéos, etc.)
 - En direction des prescripteurs sur les marchés ciblés (dossier de presse, manuel de vente)
- Promotion et Marketing
 - Définition des marchés, des cibles de clientèles et d'un programme d'actions annuel
 - Sur le marché intérieur (campagne télé régionale, plans médias coordonnés, etc.)
 - Sur le marché national (campagne télé nationale, accueil presse, réseaux sociaux, ...)
 - Sur le marché européen (éductours, démarchage TO, salons, etc.)
 - Sur les marchés lointains (workshops, éductours, ...)
- Structuration de l'offre / Optimisation des mobilités
 - Mise en réseau économique des sites et prestataires touristiques
 - Création de routes thématiques numériques valorisant l'itinérance
 - Harmonisation des démarches de prescription et de fidélisation (Ambassadeurs, pass inter sites, etc.)
 - Eductours destinés aux partenaires de la destination
- Observation et évaluation
 - Mise en commun des outils d'observation en coordination avec la Région
 - Flux Vision Tourisme
 - Enquêtes clientèles

La Gouvernance

Un Conseil de Destination

- Regroupe les partenaires publics et privés engagés dans la démarche
- Bénéficie de l'ingénierie stratégique d'Atout France et de la DIRECCTE
- Etablit les orientations stratégiques et valide les plans d'actions proposés par le Comité Technique
- Définit le budget prévisionnel annuel et les quotités financières (participations) selon la nature des partenariats
- Dresse le bilan des actions engagées
- Se réunit une fois par an chez l'un des partenaires de la destination

Un Comité Technique

- Mobilisé autour de 4 axes de travail :
 - Image / Identité
 - Promotion / Marketing
 - Structuration / Mobilité
 - Observation / Evaluation
- Regroupe les techniciens des partenaires publics engagés (Région, Départements, Villes) et les opérateurs privés
- Organisé en mode projet
- Bénéficie de l'appui technique d'Atout France et/ou d'un cabinet spécialisé
- Propose un plan d'action annuel au Conseil de Destination
- Se réunit autant que de besoin

Mise en œuvre opérationnelle des actions

- La réalisation du plan d'actions implique la désignation d'un maître d'ouvrage qui assurera la coordination technique et financière de l'opération.
- L'optimisation financière et l'éventuelle mobilisation de fonds européens nécessite l'inscription de l'action dans un cadre d'intervention global cohérent: le Projet de Destination
- Le financement des outils communs s'appuie sur la participation financière des structures institutionnelles
- Le financement des actions de promotion et de marketing fait appel aux structures privées (selon des quotités à définir)
- Chaque partenaire peut, dans le cadre de ses actions de promotion / communication revendiquer son appartenance à la destination via l'utilisation des outils communs

Mise en œuvre financière de la démarche

Scénario 1

Un projet de destination à la carte

La définition d'un projet commun permet à chaque partenaire de prendre part au cas par cas à une opération donnée.

Chacun est susceptible d'assurer un chef de filât opérationnel.

Les partenariats techniques et financiers s'organisent via des conventions d'opération dont le périmètre est variable.

Scénario 2

Un projet de destination partagée

La définition d'un projet commun génère la mobilisation des ressources des partenaires publics permettant la création d'outils partagés et l'amorce des premières actions.

Le partenariat financier avec les opérateurs privés est prioritairement appelé sur les opérations marketing.

Chacun est susceptible d'assurer un chef de filât opérationnel.

Les étapes à venir

- Réunion d'un Comité Technique visant à:
 - Déterminer le cadre conventionnel de partenariat
 - Elaborer un premier plan d'actions pour le 2^{ème} semestre 2016 et préfigurer le plan d'actions 2017
- Engagement des partenaires sur la base du cadre conventionnel choisi et du plan d'actions
- Réunion du Conseil de Destination (avant le 14 juillet 2016) pour validation des premières orientations stratégiques et des premières perspectives d'actions