

Pyénées Atlantiques



Deux-Sèvres

PLAN D' ACTIONS 2025



Landes



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**
Comité Régional du
Tourisme



ÉDITO

Nous avons le plaisir de vous adresser le plan d'actions 2025 du CRT, qui découle des orientations stratégiques définies dans la stratégie marketing durable 2023-2028 et dans la **feuille de route régionale du tourisme durable** de 2023, elles-mêmes en phase avec les ambitions portées par **Néo Terra**.

En 2025, le CRT poursuit **son évolution vers des fonctions d'accompagnement des transitions de l'offre touristique tout en maintenant des missions fortes de promotion et d'observation** mutualisées avec les acteurs privés et institutionnels.

Fort des enseignements de la saison estivale 2024 qui nous rappelle que **la filière doit porter une attention toute particulière au prix et à la qualité des prestations**, dans un contexte hyper concurrentiel, le CRT maintient un plan de promotion ambitieux sur les marchés France et internationaux. Nous restons absolument attachées à la mission première du CRT dans l'accompagnement au développement économique du secteur.

Au titre de l'observatoire, le CRT, grâce au soutien de la Région, de la SNCF et des ADT partenaires, va déployer **une grande enquête de clientèles sur l'ensemble du territoire et sur une année entière pour disposer de données structurelles solides**, qui sont autant d'outils d'aide à la décision pour les acteurs publics comme privés.

En matière d'accompagnement de l'offre et des acteurs, le **nouveau club du tourisme haut de gamme**, fondé en 2024, poursuivra sa structuration, l'accent sera mis également sur le **tourisme de savoir-faire et les itinérances** dans le cadre d'une collaboration étroite avec la Région.

En parallèle, le CRT adressera, à l'appui des filières et des acteurs partenaires, de nouveaux enjeux pour relever le défi des transitions, avec notamment **l'étude sur la réutilisation des eaux non conventionnelles dans les hébergements touristiques et la mise en tourisme des lignes ferroviaires** sur quelques territoires d'expérimentation, pour favoriser les écomobilités.

Dans le secteur du tourisme, **les mutations sont perpétuelles**. Il est essentiel de **maintenir l'agilité** que maîtrisent les professionnels des filières. En tant qu'agence régionale de promotion, notre mission est aussi de savoir **prendre les virages et même anticiper les évolutions**. Qu'il s'agisse de **l'intelligence artificielle, des changements de comportement des consommateurs, de la transition des professionnels ou des contextes géopolitiques**, nous devons rester vigilants et proactifs.

Nous tenons à remercier chaleureusement la Région et l'ensemble des acteurs et des partenaires qui nous font confiance. **Le collectif est un outil indispensable à la réussite de nos projets, et c'est ensemble que nous continuerons à avancer.**

Nous adressons également nos sincères félicitations et remerciements à toute l'équipe du CRT ; grâce aux efforts et à l'engagement de chacune et chacun, **l'AFNOR a renouvelé le label RSE niveau confirmé au CRT, suite à un audit poussé, avec une nette progression de notre notation par rapport à 2021 !**



Christelle Chassagne

Présidente du Comité
Régional du Tourisme de
Nouvelle-Aquitaine

Aurélie Loubes

Directrice générale du Comité
Régional du Tourisme de
Nouvelle-Aquitaine

SOMMAIRE

Une organisation performante au service du tourisme durable en Nouvelle-Aquitaine	p6
---	----

Axe 1 Devenir un centre de ressources DATA de l'écosystème touristique régional .. p8

Rappel des 7 chantiers prioritaires de l'axe 1 (2023-2028)	p10
Fiche action n°1 : Renouvellement de l'enquête clientèle avec intégration d'indicateurs de développement durable.....	p11
Fiche action n°2 : Consolidation et poursuite du déploiement de l'outil bilan de carbone de destination	p11
Fiche action n°3 : Poursuite du déploiement de NA Data	p12
Fiche action n°4 : Poursuite du déploiement d'un outil de mesure de la satisfaction client (Fair guest)	p13
Fiche action n°5 : Les outils spécifiques de l'observatoire (hors FTO)	p14
Fiche action n°6 : Déploiement des outils France Tourisme Observation	p16

Axe 2 Enclencher et accompagner les évolutions de l'offre vers le tourisme durable p18

Rappel des 5 chantiers prioritaires de l'axe 2 (2023-2028)	p20
Nos filières prioritaires.....	p21
Fiche action n° 7 : Accompagnement de l'offre filière thématique et des Grands Acteurs	p22
Focus : Les contrats de destination	p24
Fiche action n°8 : Poursuite du déploiement et de l'accompagnement des contrats de destination pour la promotion à l'international	p25
Focus : Les séjours bas-carbone	p26
Fiche action n°9 : Déploiement d'une feuille de route «écomobilité touristique» (2024-2027) en partenariat avec l'ADEME	p27
Fiche action n°10 : Cycle de webinaires d'information auprès des acteurs de Nouvelle-Aquitaine ..	p28
Fiche action n°11 : Lancement de nouvelle prestation d'accompagnement au marketing de la demande	p29
Fiche action n°12 : Accompagnement du label VVF	p29
Fiche action n°13 : Etude sur la réutilisation des eaux «non conventionnelles» dans les hébergements touristiques en Nouvelle-Aquitaine	p30
Focus : Accompagnement à l'innovation et conseils stratégiques	p31

Selon les départements, les ADT/CDT peuvent se positionner en coordinateur des partenaires de leur territoire souhaitant participer aux actions partenariales proposées par le CRT, afin de favoriser les actions collectives entre les acteurs locaux, les Offices de tourisme, les ADT/CDT et le CRT.

SOMMAIRE

Axe 3 Développer une nouvelle approche marketing et déployer un récit engagé p32

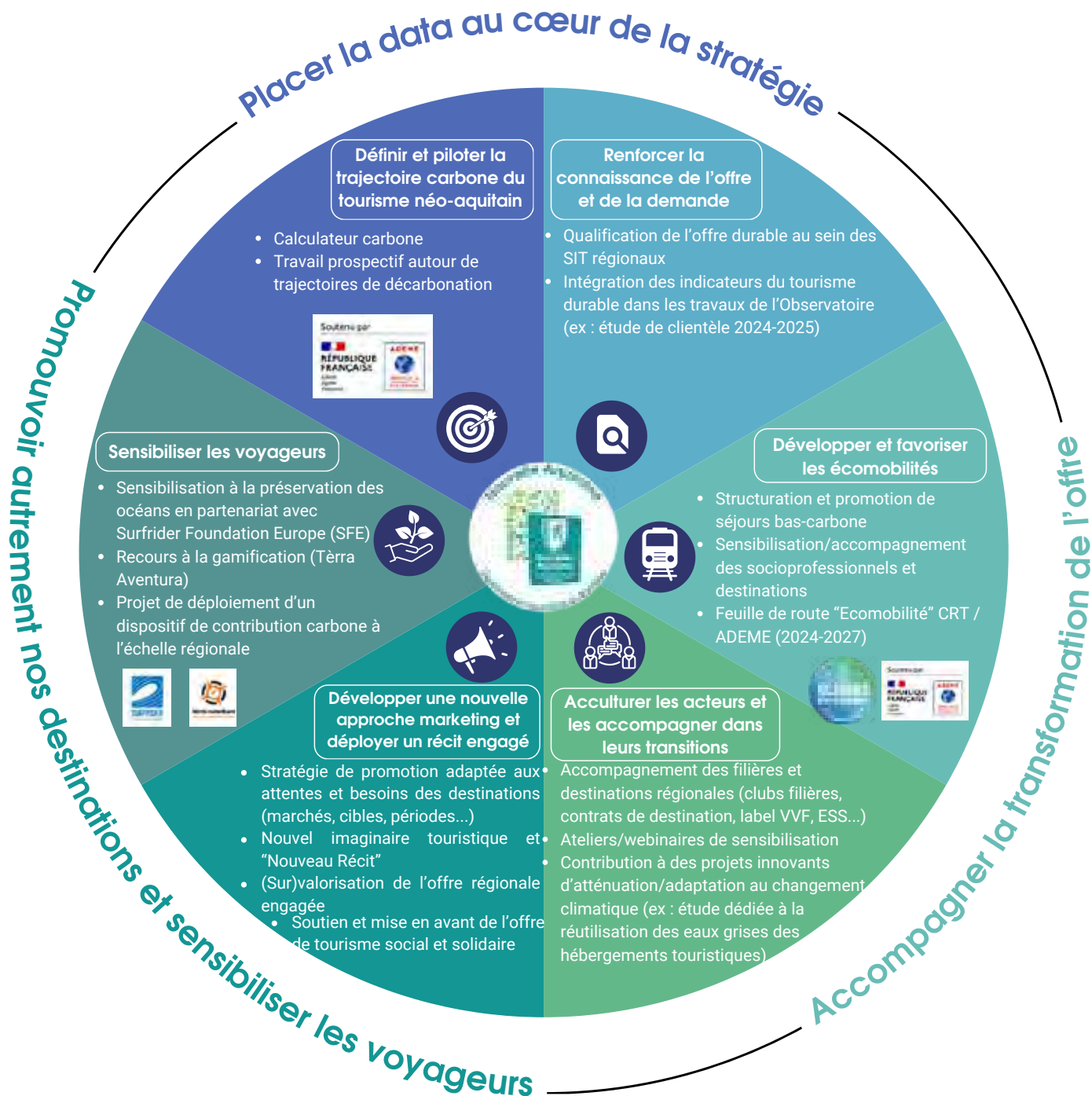
Focus : Matrice fréquentation	p34
Rappel des 6 chantiers prioritaires de l'axe 3 (2023-2028)	p36
Fiche action n°14 : Déploiement du nouveau récit	p37
Fiche action n°15 : Lancement d'études fines de programmation et d'influence	p37
Fiche action n°16 : Une campagne multicanale coconstruite pour séduire les français et leur proposer une offre durable	p38
Fiche action n°17 : Une communication BtoC à l'international, s'appuyant sur les contrats de destination et la campagne #ExploreFrance	p40
Fiche action n°18 : Déploiement d'une stratégie d'influence repensée	p42
Fiche action n°19 : Un calendrier dense de rencontres professionnelles	p44
Fiche action n°20 : Valorisation du Tourisme Social et Solidaire	p48
Fiche action n°21 : Sensibiliser les touristes à des pratiques plus responsables	p48
Fiche action n°22 : Poursuite des travaux de refonte de l'écosystème digital BtoC	p49
Fiche action n°23 : Actions de communication sur l'écosystème Terra aventura	p50
Focus : Les chiffres clés de Terra Aventura	p52
Fiche action n°24 : Création de parcours et micro Z'aventures	p53

Axe 4 Installer une nouvelle dynamique partenariale p54

Rappel des 6 chantiers prioritaires de l'axe 4 (2023-2028)	p56
Fiche action n°25 : Poursuite du déploiement des CPL avec les départements	p57
Fiche action n°26 : Organisation de rencontres partenariales régulières et éclairantes pour l'écosystème	p57
Fiche action n°27 : Poursuite du déploiement des nouveaux outils digitaux pour l'écosystème institutionnel et les «pros» du tourisme	p58
Carte d'identité du CRT NA	p60
10 bonnes raisons d'adhérer	p61
Un plan d'action établi avec vous	p62
Focus : Digitaliser le CRT pour gagner en productivité et en bien-être au travail	p63
Manifeste du tourisme durable	p64
Une équipe à votre service	p65
Un écosystème régional au service du développement touristique	p66

Les actions proposées dans ce document seront effectives sous réserve d'un nombre de partenaires suffisants et de leur validation par les instances du CRT.

UNE STRATÉGIE AU SERVICE DU TOURISME DURABLE EN NOUVELLE-AQUITAINE







AXE 1

**Devenir un centre de ressources
DATA de l'écosystème touristique
régional**

Des missions d'observation et de diffusion des données qui continuent d'évoluer

En 2024, les missions d'observation et de diffusion des données poursuivent leur transformation pour mieux répondre aux défis actuels. La stratégie marketing durable du CRT s'articule autour de sept chantiers prioritaires, orientant les efforts vers une amélioration continue des pratiques. Parmi les actions phares prévues pour 2025, le renouvellement de l'enquête clientèle, désormais enrichie par des indicateurs de développement durable, constitue un axe central pour ajuster l'offre aux attentes des visiteurs et promouvoir une approche plus responsable. De plus, le déploiement de l'outil de bilan carbone de destination se poursuit activement, renforçant ainsi l'engagement envers la durabilité. NA Data se développe, consolidant la place des données au cœur de la stratégie opérationnelle du CRT et ouvrant de nouvelles perspectives pour l'élaboration de stratégies innovantes. Enfin, l'amélioration constante des outils de l'observatoire, notamment France Tourisme Observation (FTO), témoigne de la volonté de fournir des données toujours plus précises et pertinentes.

Ile de Ré

Landes



Axe 1

Devenir un centre de ressources DATA

↳ Rappel des chantiers prioritaires de l'axe 1

La stratégie marketing 2023 - 2028 ambitionne de renforcer le positionnement du CRT comme centre de ressources data, avec l'appui d'Atout France et d'ADN Tourisme, au service de l'ensemble de l'écosystème régional, en mobilisant à la fois les données de l'Observatoire et celles issues des Systèmes d'Information Touristique (SIT) régionaux alimentés par l'ensemble des acteurs du territoire.



- Intégrer **les indicateurs du tourisme durable** dans les travaux de l'observatoire ;
- Qualifier l'offre durable dans les SIT ;
- Structurer un **«hub» des données régionales de l'Observatoire** adossé à France Tourisme Observation (FTO) ;
- **Monitorer le bilan carbone du tourisme** en Nouvelle-Aquitaine et proposer des trajectoires carbone ;
- Organiser **la veille et la prospective** sur les sujets à forts enjeux ;
- Monitorer la **satisfaction des visiteurs** dont la satisfaction associée à l'offre durable ;
- Lancer un **grand chantier sur la Data et sa gouvernance**.



Chantiers

FICHE ACTION N°1 RENOUVELLEMENT DE L'ENQUÊTE CLIENTÈLE AVEC INTÉGRATION D'INDICATEURS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Définir les axes d'orientation du tourisme de demain nécessite une très bonne connaissance de la structuration et de l'activité touristique régionale actuelle. Les indicateurs mis à jour mensuellement ne procurent qu'une donnée conjoncturelle quantitative non qualifiée. Ils ne portent que sur quelques segments de l'hébergement marchand alors que l'hébergement non marchand représente 44% des nuitées touristiques régionales et plus du quart de la recette touristique. C'est pourquoi le CRTNA a engagé, 5 ans après la dernière étude, une grande enquête visant à actualiser sa base de connaissance de la clientèle régionale et à en évaluer les mutations structurelles. L'objectif du travail déjà entrepris et qui occupera l'année 2025 consiste donc en la **mise à jour des données de cadrage macroéconomiques, de profil, d'activité, de comportements vis-à-vis des enjeux durables des clientèles françaises et étrangères à l'échelle de la région, des départements et des grands bassins touristiques qui la composent**. Parallèlement ces données seront intégrées au calculateur simulateur des GES et **permettront d'évaluer la trajectoire des émissions en 5 ans**. Compte tenu de la taille de la région, du détail géographique et temporel souhaité, ce travail nécessite un large partenariat avec tous les acteurs du tourisme qui bénéficieront ainsi d'une bibliothèque de connaissances actualisée.



CALENDRIER

1^{er} juin 2024
1^{er} février 2026



FILIÈRE(S)

Toutes



MARCHÉ(S)



CIBLE(S)

Pros du tourisme

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI (ADT/CDT)

Description de l'offre partenaire : Offre de résultats personnalisés (entre 20 000 et 100 000 € selon les types de partenaires).

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Satisfaction des partenaires / précision du calculateur GES

FICHE ACTION N°2 CONSOLIDATION ET POURSUITE DU DÉPLOIEMENT DE L'OUTIL BILAN DE CARBONE DE DESTINATION

Le CRT a développé en 2023 un calculateur et simulateur d'émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) générées par la fréquentation touristique régionale. Les résultats peuvent être produits à l'échelle régionale, départementale, des EPCI et sur quelques filières ou segments de clientèles. Ce dispositif très novateur a été récompensé par un trophée décerné par l'association Acteurs du Tourisme Durable et deux prix lors des Trophées Études & Innovations 2023. L'actualisation de l'enquête de la clientèle touristique régionale va permettre une mise à jour des caractéristiques de la clientèle et des paramètres 2025 du bilan des émissions de GES. Ainsi, la trajectoire des émissions résultant des éventuels changements de comportements touristiques et des variations de volume des différents segments de clientèle sera objectivée. De ce fait, les aspects positifs, régression des volumes de GES de certains segments, révéleront les pistes d'amélioration à poursuivre et à amplifier. Les aspects négatifs, augmentation des émissions de GES d'autres segments de clientèle, seront mieux cernés et pourront faire l'objet d'actions mieux ciblées.

De plus, dans l'optique de faire advenir un tourisme décarboné, le CRT souhaite lancer une démarche de prospective sectorielle et territoriale, qui devra permettre de définir des propositions pragmatiques (économiques, sociales, environnementales, organisationnelles etc.) et opérables dès à présent, au sein d'une transformation à plus long terme du secteur. Ce projet de définition de trajectoires bas-carbone, appréhendera dans un premier temps, le secteur du tourisme néo-aquitain dans son ensemble, puis des filières touristiques régionales (au regard de leur poids économiques et de leur impact sur le BEGES régional) et des destinations d'expérimentation reflétant la diversité des territoires néo-aquitains.



CALENDRIER

1^{er} janvier 2024
31 décembre 2025



FILIÈRE(S)

Toutes



MARCHÉ(S)



CIBLE(S)

Institutionnels du tourisme

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Types de partenaires potentiels : ADT/CDT/ OT des grandes villes

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Satisfaction des partenaires / précision du calculateur GES

Définition de trajectoires

FICHE ACTION N°3

POURSUITE DU DÉPLOIEMENT DE NA DATA



CALENDRIER

Toute l'année



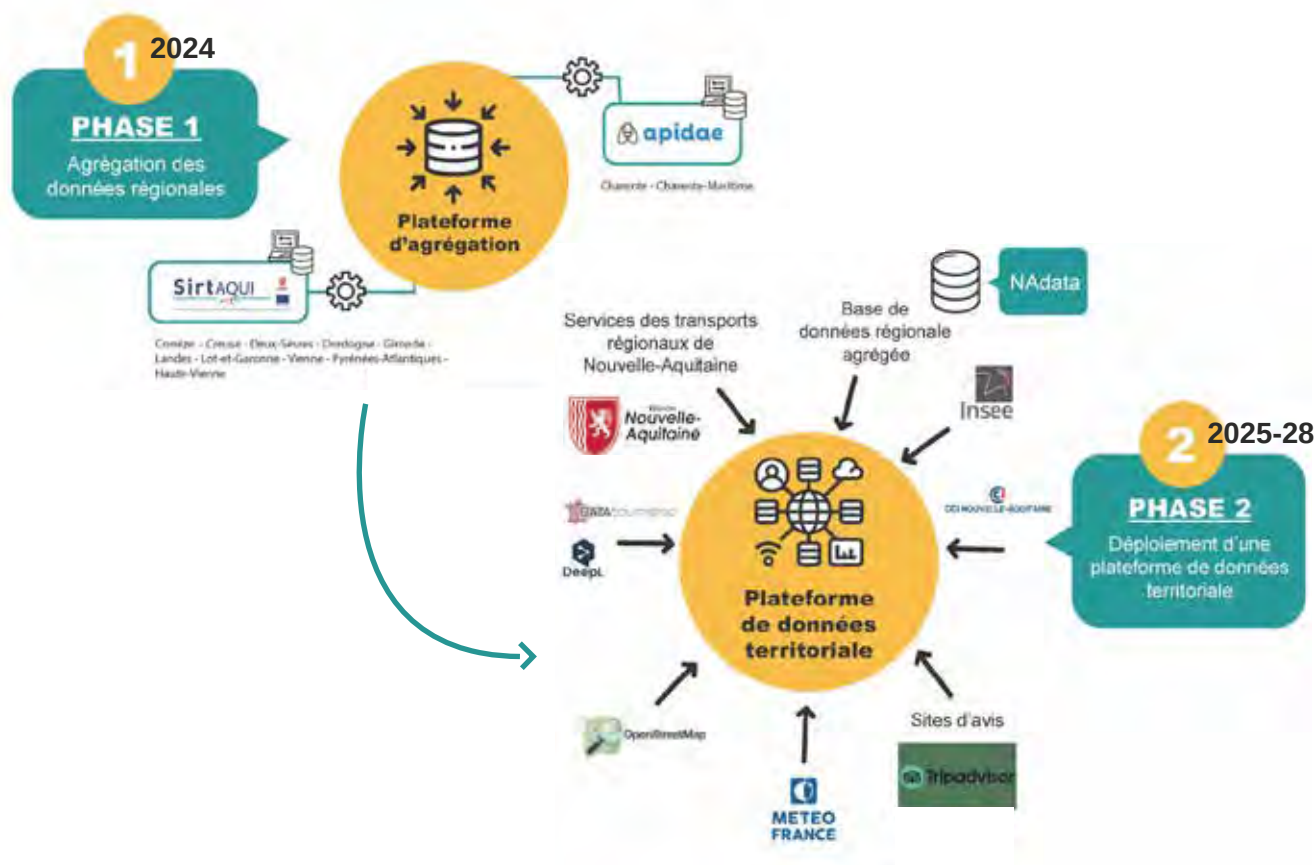
CIBLE(S)

Pros du tourisme
et Grand Public

La centralisation de l'ensemble des données touristiques néo-aquitaines dans une base de données unique au niveau régional est devenu réalité en 2024 à la suite du déploiement d'un connecteur avec le SIT Apidae (avec l'accord de Charentes tourisme). En 2025, il s'agira de finaliser la passerelle Apidae-Tourinsoft, de poursuivre les travaux sur la gouvernance de la donnée régionale (cartographie des données, carte du cycle de vie de la donnée, synthèse des stratégies de la donnée, institutionnelles et privées) et de travailler au déploiement de l'animation régionale pour les acteurs du tourisme.

Livrables attendus :

- Document présentant la stratégie régionale en termes de collecte, agrégation, qualification, enrichissement, diffusion et usages de la donnée ;
- Charte organisationnelle de la donnée ;
- Estimation des investissements financiers et humains pour la conduite de la plateforme et du Réseau NAdat ;
- Projet de charte de la gouvernance de NAdat ;
- Recommandations sur la construction d'un réseau régional des acteurs de NAdat ;
- Kit d'animation de la communauté NAdat.



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : NON

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Remise des livrables prévus au 1^{er} semestre 2025.

POURSUITE DU DÉPLOIEMENT D'UN OUTIL DE MESURE DE LA SATISFACTION CLIENT (FAIR GUEST)



CALENDRIER

1^{er} juillet 2023



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Entreprises,
Institutionnels
du tourisme



MARCHÉ(S)



Le CRT Nouvelle-Aquitaine coordonne et cofinance avec des partenaires institutionnels départementaux un outil d'observation de la satisfaction des clientèles. L'objectif est de :

- Mesurer la satisfaction des visiteurs afin d'amélioration de la qualité de l'offre, fidéliser des clientèles ;
- Disposer d'indicateurs de la qualité perçue concernant des entreprises touristiques ;
- Permettre une mise en perspective des différentes échelles territoriales.

Le partenariat proposé à chaque département est un partenariat à la carte. Le CRT finance 50% de la mise en place de la solution et s'engage sur du long terme au financement de 300 licences d'observation par an par département (1 licence = observation d'une entreprise). Chaque département est libre d'ajouter à ce pack le nombre de licences d'observation qui répond à ses objectifs de bonne connaissance de la satisfaction client.

Le CRT assure le pilotage global de la commande. Le partenaire départemental conserve le choix du mode de gestion sur son territoire de compétence (administration directe ou via des partenaires : OT, CC, prestataires). Les indicateurs disponibles sont de différents ordres : notes moyennes, analyse sémantique... Ils sont produits à différentes échelles territoriales et différents segments : hôtels, campings, lieux de visites, équipements durables, niveau de gamme, label...

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Description de l'offre partenaire : Acquisition de licences supplémentaires pour une compléter l'observation
Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Satisfaction des partenaires / demande des partenaires.

FICHE ACTION N°5

LES OUTILS SPÉCIFIQUES DE L'OBSERVATOIRE (HORS FTO)

**CALENDRIER**

1^{er} janvier 2025
31 décembre 2025

**FILIÈRE(S)**

Toutes

**CIBLE(S)**

Pros
Institutionnels du
tourisme
Partenaires CRT

La volonté commune à tous les CRT de déployer des outils nationaux, afin de réduire les coûts d'achat de données et d'assurer une unicité et une comparabilité des méthodes, ne couvre pas tous les besoins régionaux. Le dispositif propre au CRT comporte :

- Les baromètres conjoncturels mensuels qui reflètent l'état d'esprit des professionnels. En 2025, le CRT proposera à ses partenaires la construction d'un outil de calcul mutualisé plus opérationnel.
- Le suivi de la demande touristique des Français, référence en termes de comparabilité entre régions ou départements. Les résultats sont issus d'interviews CAWI mensuels de 22 000 ménages résidant en France.
- L'enquête des meublées de tourisme répertoriés dans le SIT régional.
- L'analyse des données Flux Vision tourisme avec un découpage régional littoral / intérieur.
- L'analyse de la fréquentation dans l'hôtellerie, le camping et les hébergements collectifs produite par l'INSEE. Ces données sont les plus solides du panel des outils de mesure. Elles permettent une comparabilité avec tous les territoires de France.
- Le suivi du marché aérien sera toujours assuré par l'achat de données extrapolées sur les arrivées et les prévisions à la société ForwardKeys.
- Le suivi des indicateurs environnementaux et sociaux liés au tourisme démarré en 2024 sera poursuivi. Ces indicateurs sont issus d'une construction commune entre toutes les régions pour assurer une comparabilité interrégionale

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : selon actions

Description de l'offre partenaire : Partage des coûts

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Satisfaction des partenaires / simplification du travail en interne/ évolution vers l'IA

FICHE ACTION N°5

LES OUTILS DE L'OBSERVATOIRE (HORS FTO)

Action	Typologie de données	Descriptif action	Coût* Par partenaire (à partir de)
Le suivi de la demande touristique des Français Fréquence de production : Annuel Disponibilité juin-juillet année+1	Le marché touristique français ; profil sociodémographique et évolution des touristes venus dans la région ; caractéristiques des voyages ; Evolution mensuelle de l'activité touristique de la région. Parts de marché des régions Périmètre : Disponible à l'échelon départemental au-dessus d'un seuil de fréquentation touristique	Enquête nationale menée sur un échantillon mensuel constant de 22 000 résidents en France représentatifs de l'ensemble des 15 ans et plus sur les critères socio-démographiques (âge, sexe, région de résidence, catégorie d'agglomération, profession du chef de famille, activité de l'individu, nombre de personnes au foyer) ; L'extraction régionale repose sur environ 5 000 voyages décrits	ADT/CDT 8 900€
L'enquête des meublés de tourisme répertoriés dans le SIT régional Fréquence de production : Disponibilité saison + 2 mois	Nombre d'arrivées et de nuitées, Origine des touristes par département et pays de résidence ; Durée de séjour ; Taux d'occupation des lits ; des unités de logement ; Nombre de contrats de location. Périmètre : Nouvelle-Aquitaine et détail par département l'EPCI si nombre de réponses suffisant	Enquête en ligne en saison sur la base des prestataires enregistrés dans les bases de données régionale et départementales	ADT/CDT 350 €
Les études mensuelles de conjoncture estivale Fréquence de production : Mensuel d'avril à septembre	Opinion des prestataires sur la période écoulée, comparaison avec la même période l'année précédente. Principales clientèles étrangères et leurs évolutions ; Perspectives pour la période à venir. En 2025, un nouvel outil plus collaboratif avec les partenaires départementaux sera développé. Périmètre : Les tendances produites par grands secteurs économiques, par territoires infra régionaux et infra départementaux.	Enquête en ligne sur la base des prestataires enregistrés dans les bases de données régionales et départementales. Les réponses des répondants sont extrapolées à l'ensemble sur la base de leur poids régional ou départemental	ADT/CDT 300 €
Données Flux Vision Tourisme Fréquence de production : Quotidien non consolidé mensuel consolidé	Le volume de fréquentation, des touristes, des habituellement présents, des résidents. L'origine géographique des visiteurs français ; Une approche des visiteurs étrangers. Périmètre : Région	Flux Vision estime la fréquentation touristique via un comptage à partir des téléphones mobiles présents sur un territoire. Le suivi anonymisé des téléphones mobiles Orange présents sur le territoire de la région permet d'approcher les déplacements	ADT/CDT 2340 € découpage départemental
Enquêtes dans l'hôtellerie et le camping produite par l'INSEE Fréquence de production : Mensuelle (à m+2 pour les nuitées. Trimestrielle pour les nuitées étrangères	Parc /nuitées/ arrivées/ origine des non-résidents en France Périmètre : Touristes résidents en France et dans les principaux pays étrangers	Enquête nationale menée sur un échantillon mensuel de 50% des établissements, stratifié en zone, catégorie, type, bassin touristique, taille d'établissements	ADT/CDT 350 €
Les données aériennes Fréquence de production : Mensuelle	Arrivées aériennes Périmètre : Origine par pays sur l'ensemble des pays.	Collecte en temps réel de toutes les transactions, toutes les réservations aériennes provenant des GDS Extrapolation sur la base des flux enregistrés dans les aéroports à l'ensemble du marché	ADT/CDT/ Aéroports Variable à partir 1 500 €

FICHE ACTION N°6

DÉPLOIEMENT DES OUTILS FRANCE TOURISME OBSERVATION



CALENDRIER

1^{er} janvier 2025
31 décembre 2025



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Professionnels du
tourisme



MARCHÉ(S)



France
Tourisme
Observation



L'Agence de développement
touristique de la France



France Tourisme Observation (FTO) est la réponse nationale aux attentes des institutionnels du tourisme en matière de production de données conjoncturelles et d'intelligence économique à diverses échelles géographiques.

FTO propose les baromètres :

Les voyages des Français : résultats des vagues de l'enquête relatives aux pratiques de voyage des Français.

Benchmark Eurostat : évolution des recettes touristiques et des dépenses pour chacun des pays ayant fourni des données à Eurostat

Conjoncture : évolutions des principaux indicateurs clés du secteur touristique.

Economie : principales données économiques (PIB, confiance des entreprises...) des principaux marchés internationaux

Hôtellerie de plein air : baromètre conjoncturel de suivi des réservations en camping.

Marchés internationaux : baromètre conjoncturel des marchés internationaux (taux de départ, principales destinations...).

Nouvelle Aquitaine principaux indicateurs de l'enquête dans les meublés de nouvelle Aquitaine

Socio tourisme : nombre d'employés, masses salariales, nombre de contrats (source Urssaf), dans les secteurs du tourisme.

Territoires et filières : tendances du tourisme par grands espaces touristiques nationaux.

Tourisme Durable consommation d'énergie (électricité Gaz) sur secteur tourisme.

Les plateformes collaboratives : données liées aux annonces de locations de meublés en ligne offre (Aibnb, Abritel, Booking), nuits réservées seulement sur la plateforme Airbnb. La granularité des résultats descend à la commune.

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Type de partenaires potentiels : ADT/CDT/ OT des grandes villes

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Satisfaction des partenaires

FICHE ACTION N°6

LES OUTILS DE L'OBSERVATOIRE (FTO)

Action	Typologie de données	Descriptif action	Coût* Par partenaire (à partir de)
Adhésion FTO	En plus des données citées ci-dessous, l'adhésion aux dispositifs FTO ouvre une visibilité sur une batterie d'indicateurs nationaux et parfois régionaux	Les résumés de notes de conjoncture d'Atout France sont accessibles pour les non adhérents à Atout France. Des indicateurs économiques : PIB/taux de chômage/ inflation/ parité de pouvoir d'achat/ confiance des entreprises... Quelques indicateurs durables, consommation électrique et de gaz par les établissements etc.	ADT/CDT Environ 950€
Baromètre de l'hôtellerie de plein air Fréquence de production : Au choix hebdomadaire ou mensuel et/ou Mensuel	Nuitées hebdomadaires et mensuelles réalisées et réservées pour les mois à venir ; Emplacements hebdomadaires et mensuels occupés ; Emplacements hebdomadaires et mensuels réservés pour les mois suivants. Toutes les données distinguent France / Etranger Périmètre : Nouvelle-Aquitaine + départements si nombre de répondants est suffisant	Les données des établissements sont collectées grâce aux passerelles informatiques connectées sur les systèmes de gestion des établissements (PMS), « property management systems ». Ces systèmes permettent de gérer tous les aspects des activités d'un établissement. Les applications actuellement prises en compte par FTO sont : Applicamp, Inaxel, sequoiasoft	ADT/CDT 2 200 € mensuel 4 800 € hebdomadaire 900 € pour les bilans de saison, en format Excel.
Baromètre de l'hôtellerie de tourisme et résidences de tourisme Fréquence de production : Hebdomadaire avec découpage quotidien	Taux d'occupation ; Prix moyen ; RevPAR (revenu par chambre disponible) ; Evolution par rapport à la période précédente Périmètre : Nouvelle-Aquitaine ; Découpage départemental et infrarégional conditionné par le volume du parc adhérent au dispositif	Des indicateurs établis sur la base d'un échantillon d'hôtels de chaîne et de résidences de tourisme de la région Nouvelle-Aquitaine collectées grâce aux passerelles informatiques connectées sur les PMS des établissements. Ce type de collecte est enrichi de quelques enquêtes web ; permettent un suivi tendanciel du marché.	ADT/CDT Grandes Métropoles 600 €
Baromètre des meublés commercialisés via des plateformes CtoC Fréquence de production : Quotidienne Consolidé : j+20	L'offre en meublés sur les plateformes collaboratives. La demande en nombre de nuits réservées pour les 6 prochains mois, Le taux d'occupation des hébergements. Le tarif moyen journalier des hébergements loués, Le revenu total généré par les locations par territoire. Le Revpar. Une comparaison avec la même période de l'année précédente. Périmètre : Nouvelle-Aquitaine ; départements ; découpage infra-départemental sur demande, EPCI	L'ensemble des données est détaillé par territoire (intérieur, littoral, départements, destinations infra-départementales).	ADT/CDT/ EPCI et communes Variable selon le nombre d'offres du territoire
Baromètre des voyages des Français Fréquence de production : 2 à 3 vagues d'enquêtes par an selon conjoncture	Taux de départ des français en vacances cours ou long séjour marchand ou non marchand au niveau national et en nouvelle Aquitaine. Questions conjoncturelles, motivation, freins au départ, dépenses Périmètre : Périmètre régional exclusivement départ en avant saison, ponts, haute saison. Fin de saison évaluation des réalisations de séjour comparées aux intentions.	Questionnaire qualitatif sur un échantillon représentatif de français	Région Pas de Possibilité de découpage départemental
Observation de la satisfaction des clients sur un échantillon d'entreprises Fréquence de production : Quotidien	Note moyenne attribué par les clients, analyse sémantique, verbatiim... Périmètre : Produits à différentes échelles territoriales segments : hôtels, campings, lieux de visites, équipements durables, niveau de gamme, label...	Les avis des consommateurs laisser sur différentes plateformes d'avis sont collectés triés et analysés L'observation d'un de l'établissement nécessite une licence	ADT/CDT/ EPCI et communes Coût d'une licence (observation d'un établissement) : 0,66 € TTC par mois

Lot-et-Garonne



AXE 2

**Enclencher et accompagner
les évolutions de l'offre vers
le tourisme durable**

Continuer d'accompagner la transition de l'offre pour un tourisme toujours plus durable

Afin de poursuivre l'engagement en faveur d'un tourisme plus durable, il est essentiel de continuer à accompagner la transition de l'offre, en mettant l'accent sur les filières prioritaires. Le cadre stratégique 2023-2028 du CRT se concentre sur cinq chantiers majeurs, tels que l'accompagnement de l'offre thématique et des grands acteurs, le déploiement des contrats de destination, ainsi que la promotion des séjours bas-carbone, visant à réduire l'empreinte environnementale tout en augmentant l'attractivité des destinations. Les initiatives clés pour 2025 incluent le développement de l'écomobilité, la diffusion d'informations via des webinaires destinés à sensibiliser les acteurs du tourisme, et l'accompagnement à la commercialisation des offres innovantes pour mieux répondre aux nouvelles attentes des consommateurs. Le déploiement du label VVF, associé à une étude approfondie sur la réutilisation des eaux non conventionnelles dans les hébergements, témoigne de la volonté d'innover. Enfin, un focus est mis sur l'innovation et le conseil stratégique pour soutenir cette transition vers un tourisme plus respectueux de l'environnement.

Gironde

Rocher de la Fileuse

Axe 2

Enclencher et accompagner les évolutions de l'offre vers le tourisme durable

↳ Rappel des chantiers prioritaires de l'axe 2

Du fait de ses compétences en matière d'accompagnement marketing, via notamment l'animation des « clubs filières » et des Contrats de destination, ou encore l'accompagnement des collectivités à la labellisation « Villes et Villages Fleuris », le CRT a un rôle important à jouer pour accompagner les acteurs du territoire dans l'accélération de leurs transitions et favoriser l'émergence d'offres touristiques répondant à l'ambition régionale.

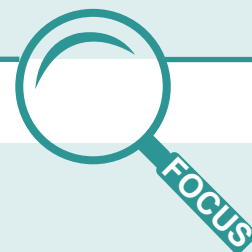


- **Elargir l'offre de services et d'accompagnement** à destination des acteurs régionaux, dans le cadre du parcours d'accompagnement régional :
 - ↳ Créer un parcours d'accompagnement complet et évolutif des socio-pros mutualisé avec Région, MONA, ADT/CDT ;
 - ↳ Sensibiliser aux démarches RSE ;
 - ↳ Développer des prestations de service, sur le « soutien à la mise en marché ».
- **Initier une dynamique régionale de production et valorisation d'offres de séjours bas-carbone/durables ;**
- Développer et **favoriser les écomobilités** dans une perspective de décarbonation du tourisme néo-aquitain ;
- Contribuer à des actions **en faveur de l'emploi touristique**, de l'attractivité des métiers et de la Qualité de vie et des conditions de travail (QVCT) ;
- Renforcer les opportunités de **financement des projets innovants du CRT**.

5

Chantiers





Le CRT poursuit sa nouvelle approche recentrée autour des filières thématiques amorcée en 2024, avec comme objectif principal de travailler à la montée en compétence des acteurs et des partenaires touristiques, pour les accompagner vers les transitions et la structuration d'une offre durable, en tenant compte des spécificités propres à chacune.

- **4** clubs Filières en activité qui poursuivent leur dynamique en 2025 : 



1. **Club Vélo** (référents départementaux) ;



2. **Club Œnotourisme** (acteurs institutionnels et privés, têtes de réseau) ;



3. **Club Culture et Patrimoine** (institutionnels, sites de visite et ensemble patrimoniaux)



4. **Club Tourisme d'Affaires** (acteurs institutionnels et privés, têtes de réseau).

- Un travail de réorientation des travaux menés sur les filières écotourisme, itinérance douce, et tourisme sportif nous permettra en 2025 de cibler au mieux les attentes des partenaires autour plus largement des activités de pleine nature.

NOUVEAU

Une dynamique spécifique sur 3 filières :

1. Tourisme haut de gamme

 CLUB



Les échanges menés au cours des deux dernières années autour de ce segment aboutissent à la **création d'un Club dédié**, rassemblant environ une quarantaine d'acteurs régionaux, avec 3 axes d'actions : partage d'expériences, identification et structuration de l'offre et actions BtoB / mise en marché.

2. Tourisme social et solidaire

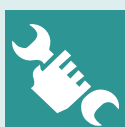


Le déploiement d'une feuille de route partagée, à l'initiative du CRT en faveur d'un tourisme responsable, accessible et inclusif, en association avec les acteurs majeurs de la filière : l'UNAT et l'ANCV, vise à répondre aux objectifs suivants :

- Favoriser la mixité sociale dans les établissements de tourisme ;
- Favoriser l'accès aux vacances au plus grand nombre sur le territoire néo-aquitain ;
- Accompagner les acteurs du tourisme social dans leurs transition ;

Cela se traduira notamment par des sessions d'informations spécifiques aux acteurs touristiques et à l'intégration de l'offre adaptée dans les actions et communications du CRT, la mise en lumière des colonies de vacances, la promotion de "séjours jeunes", et l'accès aux vacances pour les personnes en situation de handicap.

3. Tourisme de savoir-faire



Le CRT mène dès cette fin 2024 et en 2025 un projet d'envergure pour accompagner les acteurs de la filière du tourisme de savoir-faire (partenaires institutionnels, têtes de réseaux et entreprises), aux côtés des services de la Région, afin de les accompagner au mieux à la maîtrise des spécificités et enjeux de l'ouverture des entreprises au public, à développer une offre adaptée et de qualité, et la rendre visible, notamment pour les clientèles de proximité (recensement et qualification de l'offre, valorisation, communication digitale, événementielle, etc).

FICHE ACTION N°7

ACCOMPAGNEMENT DE L'OFFRE FILIÈRE THÉMATIQUE ET DES GRANDS ACTEURS



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes et grands acteurs



CIBLE(S)

Pros du tourisme

Enjeu fort de la stratégie marketing du CRT, l'accompagnement de l'offre vers un tourisme durable se concentre sur les besoins spécifiques à chaque filière ou réseau :

- Partage d'expériences et de bonnes pratiques, montée en compétences via des webinaires ou rencontres en présentiel, aide à la création d'offres ou d'itinéraires durables, valorisation de ces offres auprès des cibles prioritaires identifiées ;
- Participation à des actions de promotion et workshops en France ou à l'international.

Quelques exemples pour 2025 :

Culture & Patrimoine



Prochains travaux du Club :

- Actions 2025 : Webinaire autour des partenariats et du mécénat, atelier thématique sur la gestion de l'affluence et satisfaction visiteur, et valorisation des sites dans les différentes campagnes de promotion du CRT.

Oenotourisme



Le CRT est le référent touristique des 11 destinations labellisées Vignobles et Découvertes de Nouvelle-Aquitaine. En 2025, une partie des destinations renouvellera sa labellisation.

Le CRT anime également un club dédié :



Prochains travaux du Club (programme 2025 en cours) :

- Prochain atelier le 207 novembre 2024 - Thème "Oenotourisme de demain" ;
- Rencontre des responsables des destinations labellisées V&D – printemps 2025.

Tourisme d'Affaires



Le CRT travaille en lien étroit avec les réseaux de la filière (UMENA, Réseau Congrès Cités Nouvelle-Aquitaine, pôle Tourisme d'affaires Atout France), et anime un club régional.



Prochains travaux du Club :

- Mise en ligne de la 1ère version du site web Destinations MICE de Nouvelle-Aquitaine ;
- Suivi de la montée en compétence des acteurs sur l'offre MICE éco-responsable ;
- Action de promotion fin 2024 – 2025 auprès des acheteurs du bassin parisien via un partenariat avec Pure Meetings.

Tourisme de Savoir-Faire



Le CRT propose un projet conventionné avec les partenaires volontaires pour la mise en place d'un plan d'action ciblé incluant :

- Formation des partenaires relais sur leur territoire pour accompagner les entreprises à leur ouverture au public et à proposer une offre adaptée aux attentes ;
- Recensement de l'offre et sa valorisation via une plateforme dédiée ;
- Création d'un événement régional 2eme semestre.

Outdoor et itinérance douce



Soutien aux projets des Parcs naturels régionaux, Fédération de randonnée pédestre etc.
Suivi des comités d'itinéraires vélo en lien avec le CRNA

Prochains travaux :

- Poursuite du projet d'identification et création d'offres interdépartementales et de leur valorisation sur des sites à fortes audiences, via notamment des partenariats avec France Vélo Tourisme ou plateforme de valorisation de l'offre ;
- Retours d'expériences des partenaires (animation réseau Accueil Vélo, initiatives individuelles) ;
- Reprise du portage des partenariats, à la demande de la Région, pour les itinéraires cyclables La Vélodyssée, La Scandibérique, Le Canal des 2 mers à vélo et La Vélo Francette.

Tourisme haut de gamme



CLUB

Prochains travaux du Club :

- Participation à l'ILTM de Cannes les 2-5 décembre 2024 ;
- Rencontre du club mi-décembre pour définir le programme 2025, autour du partage d'expériences, des interventions thématiques, accueils TO et presse pour les marchés internationaux et France, etc.

Grands Acteurs



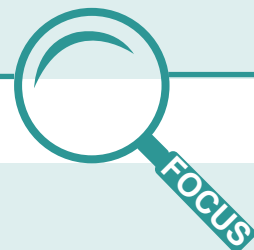
Suivi de la relation avec les Grands acteurs structurants du tourisme régional

- Conseils et participation aux différentes instances de l'Association Régionale des Grands Acteurs du tourisme ;
- Accompagnement d'une personne dédiée à l'animation et à la structuration de l'association, ainsi qu'à la mise en place d'actions pour l'aide à la transition et à des actions de communication collectives.

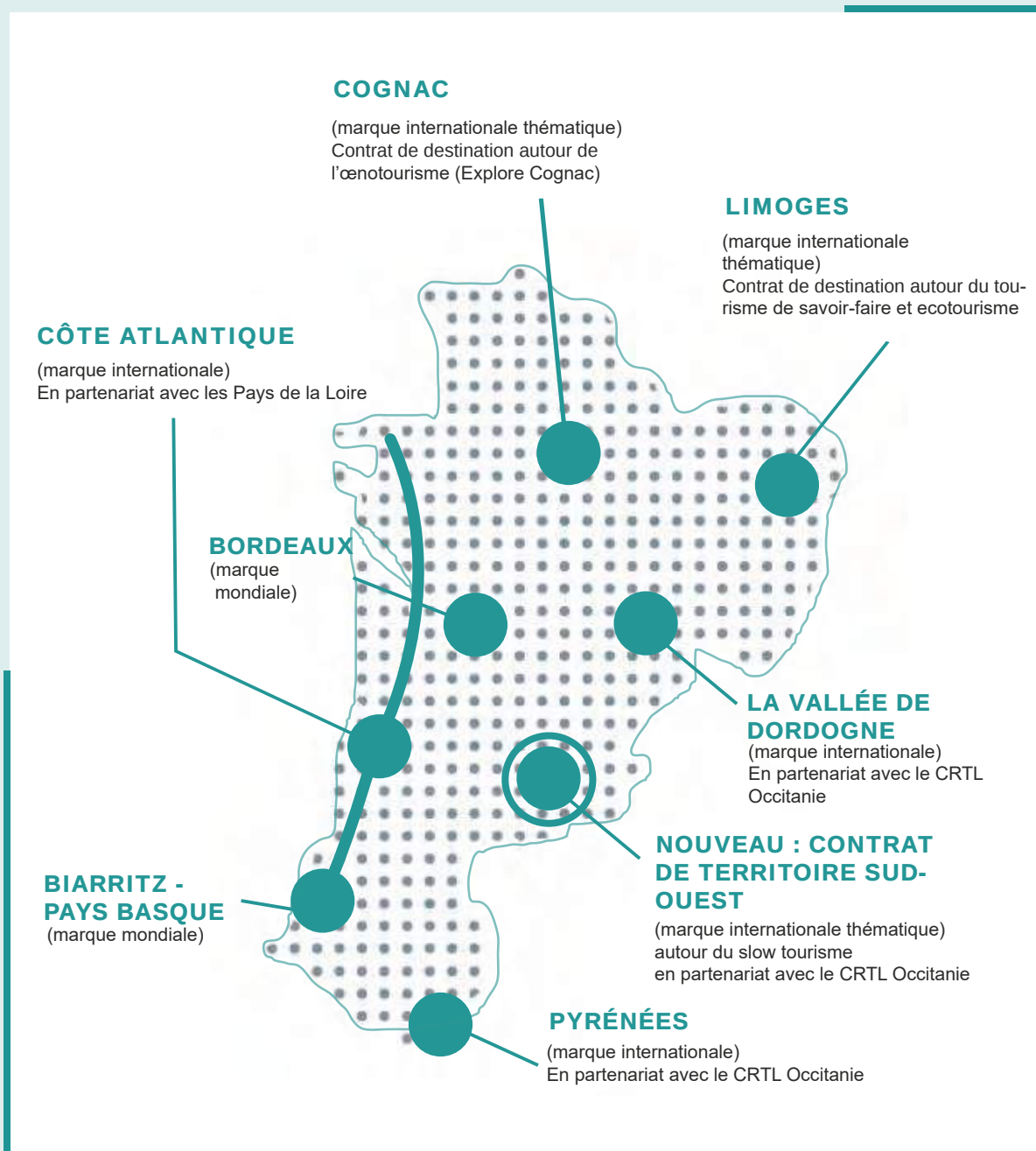
ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Comment l'action sera-t-elle évaluée ?

- Nombre d'accompagnements proposés par le CRT aux acteurs ciblés et évaluation de leur satisfaction ;
- Indicateurs de performance liés aux actions de promotion mises en place selon le support (digital, workshop/salon etc.).



8 *contrats de destination et 1 contrat de territoire pour la Nouvelle-Aquitaine*



- **Bordeaux** (pilote par l'Office de Tourisme de Bordeaux, avec le soutien de Gironde Tourisme) ;
- **Biarritz-Pays Basque** (pilote par l'Agence Départementale du Tourisme 64) ;
- **Pyrénées** (en partenariat avec le CRTL Occitanie, et piloté par l'Agence des Pyrénées) ;
- **Vallée de la Dordogne** (en partenariat avec le CRTL Occitanie, et piloté par le CRT Nouvelle-Aquitaine) ;
- **Côte Atlantique** (en partenariat avec Solutions&Co Pays de la Loire, et piloté par Charentes Tourisme) ;
- **Explore Cognac** (contrat thématique autour de l'œnotourisme, piloté par Charentes Tourisme) ;
- **Limoges** (contrat thématique autour du tourisme de savoir-faire et de l'écotourisme, piloté par Limoges Métropole).
- **Contrat de territoire Sud-Ouest** (contrat de territoire en partenariat et piloté par le CRTL Occitanie).

FICHE ACTION N°8 POURSUITE DU DÉPLOIEMENT ET DE L'ACCOMPAGNEMENT DES CONTRATS DE DESTINATION POUR LA PROMOTION À L'INTERNATIONAL

Engagé dans un **contrat-cadre** de partenariat triennal, qui sera renouvelé en 2025, Atout France, la Région et le Comité Régional du Tourisme ont confirmé le soutien aux contrats de destination, qui permettent de concentrer les efforts et moyens financiers autour d'une même marque de renommée internationale, porte d'entrée déjà identifiée par les clientèles, et de favoriser une meilleure répartition spatiale des flux touristiques.

Ces contrats sont organisés en **collectifs d'acteurs publics / privés**, avec des pilotes de projet et une gouvernance spécifique. Ils intègrent des **plans d'actions mutualisés** autour notamment de la structuration de l'offre, de l'observation et de la promotion à l'international, avec en fil rouge les enjeux liés à la durabilité, à l'écotourisme et à l'itinérance douce. Le CRT co-anime ces contrats et fait partie des principaux financeurs des actions décidées par le collectif. Les équipes du CRT sont impliquées dans les différents comités de pilotage et techniques (marketing, observation, structuration de l'offre, etc.), permettant d'apporter expertise et soutien aux différents travaux et actions : structuration et au marketing de l'offre, conseil stratégique et relais pour la mise en place d'actions de promotion à l'international, apport d'expertise et contribution active aux travaux d'observation, etc.

- Dans une optique de partage de méthodes de travail, des plans d'action et d'identification de solutions pour améliorer les problématiques rencontrées par les collectifs, le CRT a mis en place en 2024 des réunions thématiques et rencontres entre pilotes et co-pilotes opérationnels des 7 contrats de destination. Elles continueront en 2025 pour asseoir cette dynamique.

Le CRT soutient et contribue également au contrat de territoire Sud-Ouest, contrat thématique autour du slow tourisme piloté par le CRTL Occitanie et réunissant les départements du Gers, du Tarn-et-Garonne et du Lot-et-Garonne.



CALENDRIER
2024-2025



CIBLE(S)
Pros du tourisme



MARCHÉ(S)


ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : NON



Le CRT s'inscrit depuis 2022 dans une **démarche d'innovation**, via la **structuration et la promotion d'une gamme d'offres de séjours « bas-carbone »** en Nouvelle-Aquitaine, en partenariat avec l'ADEME.

Accessibles en **transports en commun**, ces **expériences « slow »** propices à la **rencontre**, privilégient les **mobilités douces** et font le choix de **prestataires locaux engagés en faveur d'un tourisme durable**. S'adressant à des **clientèles de proximité** aux **profils variés** (couples, familles, individuels...), elles prennent la forme de **séjours à la semaine « clés en main »**, construits et commercialisés en partenariat avec des **voyagistes engagés**, mais aussi d'**idées d'évasion pour des week-ends « bas-carbone »** en Nouvelle-Aquitaine. Toutes ont été élaborées sur la base d'un **référentiel exigeant**.

A l'issue d'une **première phase d'expérimentation** au sein des **destinations Bordeaux-Gironde et Pays Basque**, le projet poursuit aujourd'hui son **déploiement sur l'ensemble du territoire néo-aquitain**, avec déjà **plus de 70 offres de séjours** créées et valorisées par le CRT et ses partenaires.

Durant l'année **2024**, afin d'accompagner l'**essaimage du projet au sein de trois territoires** de la région (Corrèze, Lot-et-Garonne, Haute-Vienne), **le CRT et la MONA ont créé, avec le soutien d'ADN Tourisme, un parcours d'accompagnement enrichi**. Celui-ci a notamment permis la consolidation d'une **méthodologie de production et de diffusion de séjours bas-carbone**, ainsi que l'élaboration d'une « **boîte à outils** » dédiée.

En 2025, le **CRT** entend **capitaliser sur ces outils** pour proposer un **accompagnement sur mesure des destinations partenaires**, incluant notamment :

- Un **travail commun de cadrage/préfiguration du projet**, s'appuyant sur une **analyse fine du contexte local**, et visant une **identification des thématiques et territoires** susceptibles d'être valorisés, ainsi que des **offices de tourisme** à associer prioritairement à la démarche ;
- Un **module de sensibilisation des offices de tourisme** aux enjeux du **tourisme durable** et à la **construction d'offres de séjours « bas-carbone »** ;
- Une **mise à disposition de la « boîte à outils »** (CRT / MONA) et une **formation des acteurs locaux** à sa prise en main ;
- Une **promotion mutualisée** des séjours.

A ce socle commun pourront également s'ajouter différents services, selon les besoins de chacun des territoires : **mise en relation avec des voyagistes engagés, sensibilisation des socioprofessionnels locaux aux enjeux d'écomobilité** etc.



DÉPLOIEMENT D'UNE FEUILLE DE ROUTE « ECOMOBILITÉ TOURISTIQUE » (2024-2027) EN PARTENARIAT AVEC L'ADEME



CALENDRIER

2024-2027



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Grand public
Pros



MARCHÉ(S)



A l'heure où plus de **80%** des clientèles touristiques de la Nouvelle-Aquitaine rejoignent la région via des **modes de transport carbonés** (voiture et avion principalement), responsables à eux seuls de plus de **50% des émissions de gaz à effet de serre** associées à l'activité touristique dans notre région, la **transition des pratiques de mobilité** constitue une **priorité pour la décarbonation du secteur**.

Le CRT a ainsi fait le choix de **faire de l'écomobilité touristique, un axe majeur de sa Stratégie marketing durable** et de se doter d'une **Feuille de route dédiée, sur trois ans (juin 2024 – mai 2027)**, dans le cadre d'un **partenariat avec l'ADEME**. Cette dernière s'inscrit en **prolongement des actions conjointes initiées depuis 2022** (déploiement du [projet « Séjours bas-carbone en Nouvelle-Aquitaine »](#), mise à disposition d'[outils communs de sensibilisation à l'écomobilité](#)), création d'un [« Calculateur carbone du tourisme néo-aquitain »](#), etc.) et se structure autour de **cinq axes prioritaires d'actions** :

1. La poursuite de la démarche engagée autour de la **structuration** et de la **promotion d'offres de séjours « bas-carbone en Nouvelle-Aquitaine »** (plus de 70 offres déjà créées à date) ;
2. La **mise en tourisme des lignes du réseau ferroviaire néo-aquitain**, via notamment la mise en avant d'une **sélection de visites, activités, hébergements et restaurants à proximité immédiate des gares régionales**, en lien avec **TER Nouvelle-Aquitaine**, le syndicat régional **Nouvelle-Aquitaine Mobilités (NAM)** et portée conjointement avec la **MONA** ;
3. Un **soutien au développement de nouvelles lignes ferroviaires nationales ou internationales**, dans le prolongement du travail effectué autour de la **mise en tourisme de la ligne ferroviaire saisonnière Francfort – Bordeaux** (Deutsche Bahn/SNCF, été 2023) ;
4. Une démarche de **sensibilisation des touristes et des socioprofessionnels à l'écomobilité**, via notamment un renforcement de **l'information** des touristes sur **l'offre existante de transports publics** et de **mobilité douce**, ainsi que l'organisation de **journées de sensibilisation à destination des hébergeurs** ;
5. Une **dynamique d'innovation et d'expérimentation autour des enjeux de mobilité**, visant à **apporter des réponses aux principaux enjeux identifiés sur le terrain** (problématique du « **dernier kilomètre** » notamment), en lien avec des **porteurs de solutions** (ex : start-ups innovantes accompagnées par l'Agence de développement et d'innovation (ADI) Nouvelle-Aquitaine dans le cadre de son « Tourisme Lab »).



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Description de l'offre partenaire : Accompagnement à la structuration et à la valorisation d'offres de séjours bas-carbone (suite de l'expérimentation). Accompagnement sur la thématique de l'écomobilité (journée de sensibilisation des professionnels notamment)

Comment l'action sera-t-elle évaluée ?

- **Mise en œuvre des actions structurantes** définies par la Feuille de route ;
- **Visibilité et lisibilité de l'offre régionale de tourisme durable et d'écomobilité** auprès des clientèles touristiques régionales ;
- **Montée en compétences des professionnels néo-aquitains** sur les enjeux de mobilité.

FICHE ACTION N°10

CYCLE DE WEBINAIRES D'INFORMATION AUPRÈS DES ACTEURS DE NOUVELLE-AQUITAINE

Le CRT a lancé en 2024 son tout nouveau programme de webinaires "Le RDV du CRT" à destination de ses adhérents, afin de les éclairer sur des thématiques variées et permettre la montée en compétences sur des sujets d'actualité, tels que les mobilités bas-carbone, l'itinérance douce, les marchés étrangers, la communication auprès des jeunes, l'expérience de visite pour les personnes en situation de handicap, adaptation de sa politique de prix, ou encore les aides régionales disponibles pour les hébergeurs, les sites de visite ou les activités.

"Le RDV du CRT" continue en 2025. Accompagnés d'experts spécialistes et de professionnels du tourisme, ces webinaires aborderont divers thèmes tout au long de l'année 2025. Au programme notamment : la connaissance des marchés étrangers (USA, Benelux, etc), ou encore l'inclusion et l'accès au tourisme pour tous, Le calendrier définitif sera diffusé dès fin 2024.

[Le RDV du CRT - Espace professionnels Nouvelle-Aquitaine \(crt-nouvelle-aquitaine.com\)](https://crt-nouvelle-aquitaine.com)



CALENDRIER

Toute l'année



CIBLE(S)

Partenaires



FILIÈRE(S)

Toutes



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : NON

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Questionnaire de satisfaction ;
Nombre de participants.

FICHE ACTION N°11 LANCEMENT DE NOUVELLE PRESTATION D'ACCOMPAGNEMENT AU MARKETING DE LA DEMANDE

Dans le cadre de sa mission de conseil et d'accompagnement, le CRT propose aux acteurs une prestation d'appui personnalisé à la commercialisation de destinations ou d'activités. Cet accompagnement s'appuiera notamment sur une base de contacts BtoB qualifiée de plus de 4 000 contacts (TO, agents de voyages, médias, influenceurs).



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Généraliste



CIBLE(S)

Partenaires



MARCHÉ(S)



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Description de l'offre partenaire : la prestation comprend :

- Un RDV d'identification des besoins et de conseil avec un expert du CRT
- La réalisation d'une feuille de route sur le marché de 6 pages comprenant :
 1. Les données clés du marché actualisées ;
 2. Les besoins du partenaire ;
 3. Une feuille de route incluant des propositions d'actions ;
 4. La mise à disposition d'un fichier contacts qualifiés d'une vingtaine d'opérateurs sur le marché ciblé.
- Un emailing de mise en relation avec les opérateurs identifiés sur les marchés « cibles ».

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Questionnaire de satisfaction / Liste des contacts

Coût par partenaires estimé : A partir de 300€

FICHE ACTION N°12 ACCOMPAGNEMENT DU LABEL VVF

Le label touristique « Villes et Villages Fleuris » témoigne d'une stratégie globale et cohérente de prise en compte du paysage, du végétal et du patrimoine en tant que leviers au service de la qualité de vie et de l'attractivité touristique des collectivités locales, tout en s'adaptant aux contraintes actuelles de la gestion de l'énergie et de l'eau. Les communes labellisées prennent en compte un grand nombre de critères en faveur des enjeux écologiques. Souvent, ces choix constituent une priorité de politique locale.

Le CRT assure l'organisation du label à l'échelle régionale, notamment pour :

- L'attribution du label 1, 2 et 3 fleurs : grâce à une équipe d'une quarantaine de jury (élus, personnels experts des communes, animateurs départementaux, personnels CRT ...).
- La sélection des communes susceptibles d'accéder au label 4 fleurs et leur accompagnement dans le cadre des visites, pour l'attribution de la 4ème Fleur, par un jury national.

Les chiffres clés en Nouvelle-Aquitaine 2024

386 communes labellisées

142 communes 1 Fleur

69 communes 3 Fleurs

163 communes 2 Fleurs

12 communes 4 Fleurs



2 départements classés département fleuri : Dordogne, Landes

- Visites annuelles d'environ 100 communes, sur la base d'un renouvellement du niveau de labellisation tous les 5 ans (depuis 2024).

En 2025

- Mars 2025 : Remise des prix du Label pour la saison 2024 ;
- Poursuite de rendez-vous réguliers avec les communes labellisées (webinaires thématiques) ;
- Mise en place de communications régulières et animation du réseau des experts membres du jury et animateurs VVF dans les départements ;
- Suivi des travaux menés au niveau national autour des missions et évolutions du label.

FICHE ACTION N°13

ETUDE SUR LA RÉUTILISATION DES EAUX « NON CONVENTIONNELLES » DANS LES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES EN NOUVELLE-AQUITAINE



CALENDRIER

été 2024 – été 2025



CIBLE(S)

Hébergements touristiques

L'eau est une ressource précieuse et fragile, son utilisation est très importante dans le tourisme et les professionnels sont nombreux à être sensibilisés à sa préservation.

En partenariat* notamment avec l'Interfilière (qui fédère les filières des campings NAHPA hôtels UMIH et du tourisme social et solidaire UNAT), le CRT va porter une étude sur la réutilisation des «eaux non conventionnelles» dans les hébergements touristiques. Ce sont par exemple les eaux des douches et des piscines qui pourraient être utilisées pour les sanitaires et arroser les espaces verts.

Jusqu'à l'été 2025, un cabinet d'étude spécialisé sur les questions d'eaux et de tourisme va travailler pour :

- évaluer le potentiel d'économie d'eau à partir d'un échantillon de 80 hébergements (campings, hôtels et hébergements du tourisme social et solidaire) ;
- identifier les freins réglementaires ;
- identifier les solutions techniques ;
- quantifier la nature et le montant des travaux à suivre.

* Les partenaires financiers et/ou techniques sont : les Agences de l'eau Adour Garonne et Loire Bretagne, la Région Nouvelle-Aquitaine, l'ADEME Nouvelle-Aquitaine, l'ARS Nouvelle-Aquitaine, la DREAL Nouvelle-Aquitaine, Eaux 17, le SMEGREG et l'Interfilière du Tourisme Durable.

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : NON

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Par la suite opérationnelle de l'étude (investissements portés par les hébergeurs)



Développer ses contacts avec des entreprises innovantes via la participation du CRT au Tourisme lab Nouvelle-Aquitaine



Comme il se définit lui-même, « le Tourisme Lab Nouvelle-Aquitaine est un **laboratoire d'innovation, un accélérateur de projets territoriaux** qui s'adresse à l'ensemble des acteurs touristiques, peu importe la taille de l'entreprise. Il accompagne aussi bien des start-ups que des PME, voire des grands groupes dès qu'ils expriment des problématiques d'innovation en matière de Tourisme ».

Créé à l'initiative de la Région Nouvelle-Aquitaine, le Tourisme Lab Nouvelle-Aquitaine est porté par **l'Agence de Développement et Innovation de Nouvelle-Aquitaine (ADI N-A)** pour le compte de ses membres fondateurs que sont l'ensemble des têtes de réseaux de la filière ».

La CRT participe ainsi à la gouvernance du Tourisme Lab, aux programmes de formations, au choix des entreprises à accompagner, à la structuration des journées de réflexion ou des conférences, notamment en ligne. Le CRT renforce aussi le lien entre le tourisme Lab et ses adhérents, notamment en invitant le lab à participer aux journées partenariales du CRT.

Si vous souhaitez être mis en contact avec des start-ups innovantes sur une thématique particulière (hébergements, e-learning, mobilité douce, transformation responsable des restaurants, contributions carbone,...), nous pouvons faire le lien vers le Tourisme lab et ses différentes possibilités d'intervention sur le territoire régional.

Profiter d'un conseil stratégique et d'un savoir-faire en ingénierie



Le Comité régional du tourisme est membre du groupe de travail Nouvelle-Aquitaine de « **France tourisme ingénierie** ». Il accompagne ainsi le programme « **Projets structurants** », un dispositif d'appui au montage et à la concrétisation de projets d'investissements touristiques structurants en région. En 2024, nous avons commencé à travailler sur le Château d'Oiron (Deux Sèvres), la reconversion de la caserne de Poitiers (Vienne), la transformation en hôtel de l'ancien monastère de Soulac-sur-Mer (Gironde). N'hésitez pas à nous faire part de projets du territoire qui pourraient être éligibles à ce dispositif.

Le CRT participe également, tout au long de l'année, notamment aux côtés du service tourisme de la Région, à **l'évaluation, à l'accompagnement et au suivi** de projets d'opérateurs du territoire. Ainsi le CRT est sollicité pour avis sur certains dossiers du programme d'accompagnement régional **Innover par le design**, par exemple.

Le CRT accompagne ainsi :

- Les territoires ou structures institutionnelles en **réflexion stratégique** sur leur positionnement, l'évolution de leur destination ;
- Les porteurs de projets pour les **orienter** vers les meilleurs interlocuteurs mais aussi pour participer à un meilleur cadrage des projets ou pour les confronter à la réalité touristique du territoire ;
- Des **destinations œnotouristiques** qui réfléchissent à leur développement et/ou leur structuration en territoire « Vignobles et découverte ».

Vous êtes adhérents au CRT ? Vous avez besoin d'un conseil sur votre offre et vos projets ? Vous avez besoin de données pour parfaire votre analyse et développer votre offre. Nous sommes à votre disposition pour vous répondre en fonction de vos besoins et vos attentes.

✉ contact@na-tourisme.com



Pic de Midi d'Ossau

AXE 3

**Développer une nouvelle
approche marketing et
déployer un récit engagé**

Un «Nouveau Récit» et des plans d'actions de promotion triennaux pour valoriser l'offre touristique de Nouvelle-Aquitaine

Pour valoriser l'offre touristique de Nouvelle-Aquitaine, un «Nouveau Récit» accompagné de plans d'actions triennaux de promotion a été élaboré. Ces initiatives mettent en avant les marchés prioritaires et s'appuient sur une analyse approfondie de la fréquentation touristique. Le cadre stratégique 2023-2028 du CRT se concentre sur six chantiers majeurs, notamment le déploiement de ce nouveau récit et la réalisation d'études de programmation. Parmi les actions majeures pour 2025, une campagne digitale multicanale sera lancée pour promouvoir l'offre responsable et durable sur le marché français. À l'international, la communication BtoC se renforcera grâce aux contrats de destination et à la campagne #ExploreFrance. La stratégie inclut également l'influence médiatique, la valorisation du Tourisme Social et Solidaire, et la refonte de l'écosystème digital BtoC. Enfin, des parcours et micro-aventures seront créés pour enrichir l'offre Terra Aventura, soutenus par des actions de communication dédiées.



Lot-et-Garonne



Pic Ayous



EN FRANCE

  **Les Français :**
3/4 des séjours réalisés
en Nouvelle-Aquitaine (83 %)

12 millions

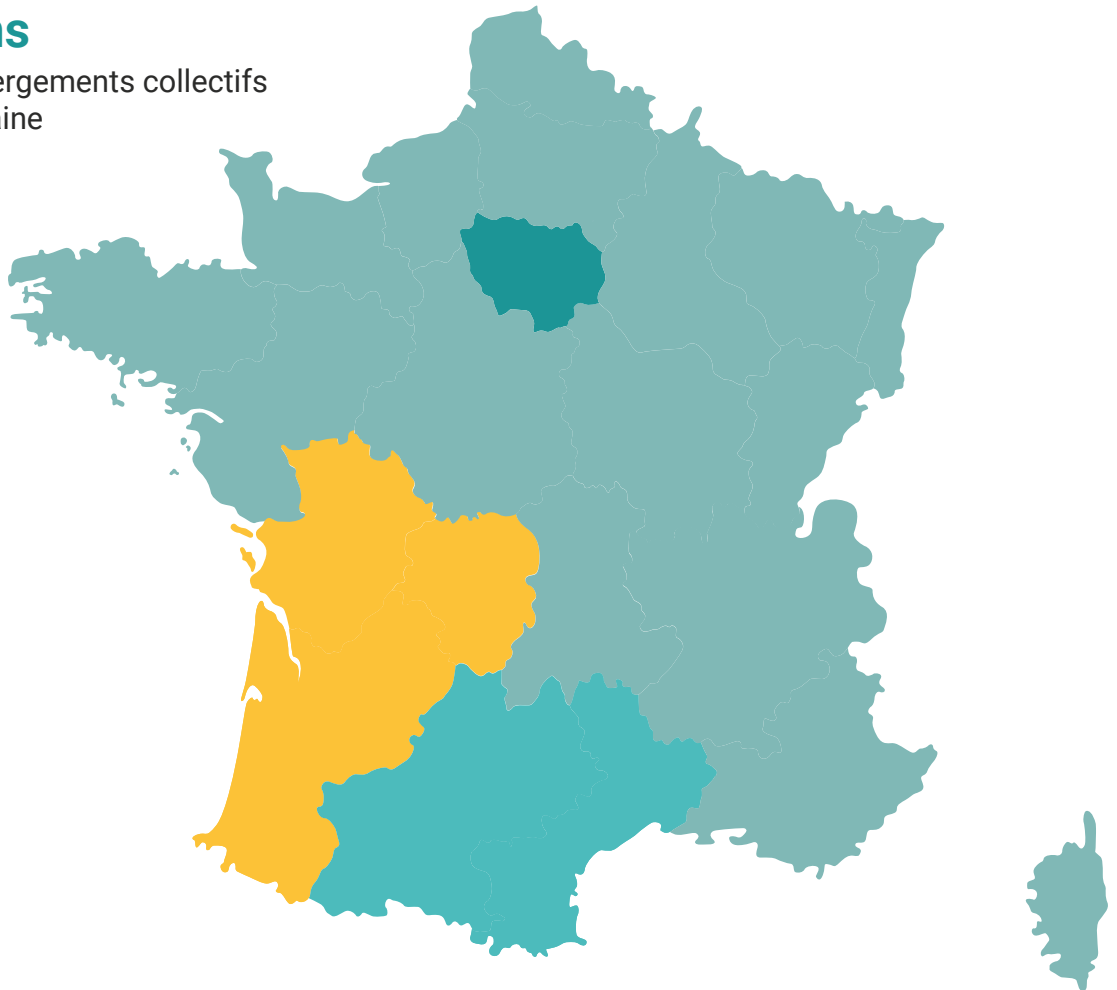
D'arrivées en hébergements collectifs
en Nouvelle-Aquitaine

34,4 millions

De nuitées en hébergements collectifs
en Nouvelle-Aquitaine

 **38 %**
Hôtellerie
traditionnelle

62 %
Hôtellerie
de plein air



Durée moyenne du séjour
en Nouvelle-Aquitaine :

6 jours

Top 3 des régions émettrices de touristes
français en Nouvelle-Aquitaine :

- 1** Nouvelle-Aquitaine **31%**
- 2** Île-de-France **16%**
- 3** Occitanie **9%**

NOS MARCHÉS PRIORITAIRES



ROYAUME-UNI



3ème clientèle étrangère*

DMS** 2,8 jours

15 % des nuitées étrangères

568 000 séjours dans la région

1,6 Millions

de nuitées hôtel + camping

Leurs motivations principales :

Mer océan **30 %**

Campagne **42 %**

Soleil / Climat **38 %**

PAYS-BAS



2ème clientèle étrangère*

DMS** 4,9 jours

20 % des nuitées étrangères

424 000 séjours dans la région

2,08 Millions

de nuitées hôtel + camping

Leurs motivations principales :

Mer océan **40 %**

Soleil / Climat **39 %**

Patrimoine culturel **19 %**

BELGIQUE



5ème clientèle étrangère*

DMS** 3,5 jours

9 % des nuitées étrangères

275 000 séjours dans la région

964 000

de nuitées hôtel + camping

Leurs motivations principales :

Mer océan **37 %**

Découverte des villes **24 %**

Soleil / Climat **38 %**

ESPAGNE



4ème clientèle étrangère*

DMS** 2,6 jours

14 % des nuitées étrangères

597 000 séjours dans la région

1,52 Millions

de nuitées hôtel + camping

Leurs motivations principales :

Mer océan **40 %**

Patrimoine culturel **24 %**

Découverte des villes **25 %**

ALLEMAGNE



1ère clientèle étrangère*

DMS** 4,8 jours

24 % des nuitées étrangères

538 000 séjours dans la région

2,56 Millions

de nuitées hôtel + camping

Leurs motivations principales :

Mer océan **67 %**

Soleil / Climat **41 %**

Campagne **33 %**

CANADA ***



0,4 % des nuitées étrangères

22 400 séjours dans la région

41 000 nuitées générées en hôtellerie

DMS** 1,8 jours

ETATS-UNIS ***



2 % des nuitées étrangères

97 000 séjours dans la région

200 000 nuitées générées en hôtellerie

DMS** 2,1 jours

JAPON ***



0,1 % des nuitées étrangères

6 000 séjours dans la région

11 000 nuitées générées en hôtellerie

DMS** 1,7 jours

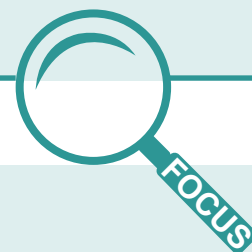


* En nombre de nuitées hôtel + camping

**Durée moyenne de séjour

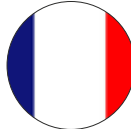
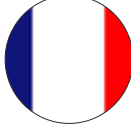
*** En hôtel / Source INSEE

Source : Observatoire CRTNA - Fiches clientèles 2023



Développer une fréquentation adaptée aux besoins des territoires :

- Notre stratégie marketing durable 2023-2028 définie, pour chaque marché cible, nos priorités en termes de potentiel de croissance de la fréquentation touristique.
- Cette segmentation est issue d'une analyse croisée des données de fréquentation, des capacités d'accueil et des taux d'occupation.
- La présente matrice reprend ses grands principes pour l'ensemble des marchés et doit permettre d'affiner nos actions de promotion en fonction des besoins des territoires.

Marchés (Nouvelle-Aquitaine, France, Europe, longs courriers)	Haute-saison (juillet-août)
Littoral	
Intérieur hautement touristique	
Intérieur à plus faible flux	  
Grandes villes	  
Villes moyennes	
Montagne	  

Légende

Fort potentiel de croissance

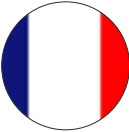
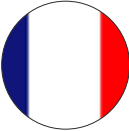
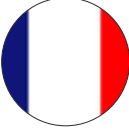
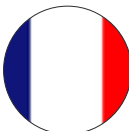


NA &
Proximité

Autre
France

Potentiel de croissance intermédiaire



Ailes de saison (mai-juin) (septembre-octobre)	Basse saison (novembre à mars)
   	
   	
  	
   	
 	
	  

Axe 3

Développer une nouvelle approche marketing et déployer un récit engagé

↳ Rappel des chantiers prioritaires de l'axe 3

Structurée selon les saisons et les divers types de territoires, la nouvelle approche marketing du CRT vise à ajuster l'affluence touristique en fonction des besoins et s'accompagnera de la construction et de la diffusion d'un « Nouveau Récit », inspirant et mobilisateur, susceptible de contribuer à une transformation des imaginaires associés aux vacances en Nouvelle-Aquitaine et, in fine, à l'émergence de pratiques de voyages plus durables et désirables.



- Définir des **personae** ;
- Déployer une **image renouvelée et engagée** dans une perspective de **Nouveau Récit** ;
- Refondre la **stratégie digitale du CRT** en adéquation avec les orientations de sa nouvelle stratégie marketing ;
- Soutenir le **développement de Terra Aventura** par une évolution de son modèle économique et de sa gouvernance ;
- Valoriser l'**offre de tourisme social** auprès du plus grand nombre ;
- Entreprendre une démarche de **sensibilisation des visiteurs** au voyageur responsable.

6

Chantiers



FICHE ACTION N°14 DÉPLOIEMENT DU NOUVEAU RÉCIT

En 2024, le CRT a souhaité réinventer la manière de présenter la Nouvelle Aquitaine et ses différentes composantes afin de créer des imaginaires désirables pour le territoire qui permettront de montrer la voie de la transition dans un futur décarboné et socialement juste, rendront désirables des vacances plus sobres et agiront à terme sur les comportements.

Après la création d'une plateforme de marque pour poser les fondations du discours, la formalisation du récit du territoire et sa matérialisation dans une nouvelle identité graphique devraient voir le jour fin 2024/début 2025. Une boîte à outils facilitera le travail des équipes pour le déploiement du nouveau récit qui devra irriguer l'ensemble des actions, prises de parole et outils de communication du CRT.



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Pros du tourisme, presse, influenceurs et Grand Public

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : NON

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Déclinaisons de la communication sur les différents supports du CRT à partir de la boîte à outils.

A moyen terme : audit de la performance des contenus sur le web.

FICHE ACTION N°15 LANCEMENT D'ÉTUDES FINES DE PROGRAMMATION ET D'INFLUENCE

Ces dernières années, les professionnels de la distribution touristique ont été fortement impactés, tant dans le périmètre de leur programmation (recentrage sur l'Europe voire la France) que pour répondre aux nouvelles attentes de leurs clients.

Le CRT poursuivra en 2025 les études de la programmation des professionnels (TO, autocaristes, agences....) et de notoriété médiatique, prévues sur trois ans, en y intégrant une analyse de l'efficacité des actions de promotion réalisées. L'analyse portera en particulier sur les pays suivants : Royaume-Uni, Pays-Bas et Belgique.



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes



MARCHÉ(S)



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : pas de partenariat en phase de déploiement initial

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Questionnaire de satisfaction / Nombre de contacts interrogés

FICHE ACTION N°16 UNE CAMPAGNE MULTICANALE COCONSTRUITE POUR SÉDUIRE LES FRANÇAIS ET LEUR PROPOSER UNE OFFRE DURABLE

En 2025, le CRT poursuivra ses actions de communication auprès du «Grand-public», sous un format inédit. Les leviers mobilisés lors de cette campagne seront en effet revus pour correspondre au plus grand nombre sur la base des échanges amorcés lors des Rencontres partenariales du CRT en juin et qui se poursuivront à l'automne. La campagne 2025 comprendra ainsi des séquences de communication généraliste sur l'ensemble des destinations régionales ainsi que la valorisation des filières thématiques sur des pages dédiées.

Les principaux leviers activés seront :

- Campagnes réseaux sociaux, gérées en interne, incluant des séquences génériques et thématiques, en coordination avec les plannings éditoriaux des ADT/CDT ;
- Campagne d'influence auprès de macro-influenceurs ;
- Campagnes complémentaires sur les réseaux de grands distributeurs de voyage engagés (SNCF, Chilowé, France Vélo tourisme, etc.) ;



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Grand public



MARCHÉ(S)



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Questionnaire de satisfaction / Liste des contacts

PÉRENNISATION DE DISPOSITIFS EXISTANTS

Action	Filière	Pays	Date	Descriptif action	Partenaires éligibles	Coût* Par partenaire (à partir de)
Campagne Média avec Sud-Ouest	Généraliste	France	Toute l'année	Communication multicanale sur le groupe média/presse Sud-Ouest pour toucher une cible régionale. Dispositif média avec rédaction d'article, création de capsule vidéo et diffusion mutualisée sur les réseaux sociaux. Valorisation de l'offre tourisme durable des territoires avec des séjours et escapades à proximité	Tous les membres	4 000€
Campagne Communauté Chilowé	Généraliste	France	Toute l'année	Mise en avant d'expériences authentiques et responsables, accessibles à tous, favorisant la reconnexion à la nature auprès d'une communauté engagée d'aventuriers passionnés de nature. Création d'article et d'une page dédiée aux offres de Nouvelle-Aquitaine, complétée par des accueils avec création de contenu vidéo. Possibilité d'accompagnement sur la partie création de séjour.	Tous les membres	3 000€
Campagne plateforme itinérance (type OutdoorActive ou autre)	Activités douces	France	Ailes de saison	Valorisation des offres d'itinérance douce auprès d'une communauté de pratiquants via une plateforme dédiée à la pratique de la randonnée, du vélo, et de l'itinérance en générale. Mise en avant des destinations par de l'intégration de contenu sur la plateforme choisie ainsi que d'un relai via des newsletter et des posts réseaux sociaux.	Destinations ou sites d'activités cyclo, rando, nature	3 000€
Campagnes Réseaux Sociaux - pilotées en interne par les équipes du CRTNA	Généraliste	France	Toute l'année	Accompagnement sur la stratégie de communication réseaux sociaux, via la mise en ligne de campagnes sur les réseaux sociaux en lien avec le planning éditorial du CRTNA. Mise en lien de vos besoins de communication avec la saisonnalité et les thématiques telles que la valorisation du tourisme social et accessible, des séjour bas-carbone, dispositif Surfrider, etc...	Tous les membres	2 500€

FICHE ACTION N°16

DÉPLOIEMENT DE NOUVELLES ACTIONS IMPACTANTES

Action	Filière	Pays	Date	Descriptif action	Partenaires éligibles	Coût* Par partenaire (à partir de)
Dispositif média avec Decathlon Travel (NOUVEAUTÉ)	Généraliste	France	Ailes de saison	Promotion des voyages sportifs accessibles en Région combinant activité physique et découverte de la nature, du débutant à l'expert. Communication en s'adossant à l'image de Decathlon comme acteur engagé dans le sport et l'aventure. Dispositif novateur en étant une des premières destinations touristiques partenaires média sur les différents supports.	Tous les membres	4 000€
Campagne Mobilité douce et itinérance axée autour du train (type SNCF Connect, Hourrail ou Mollow) (NOUVEAUTÉ)	Généraliste	France	Printemps / début été	Communication en local avec la valorisation d'une expérience de voyage permettant de profiter des paysages tout en encourageant un rythme plus lent et durable. Plan média décliné avec une campagne sur les réseaux sociaux cobrandée avec création de capsules vidéo (pilotage de campagne en interne) complétée par une campagne avec des visuels sur l'ensemble du parcours client	Tous les membres	3 000€
Partenariat avec France Vélo Tourisme (NOUVEAUTÉ)	Itinérance/ cyclotourisme	France	Printemps / début été	Création et valorisation de la Destination Nouvelle-Aquitaine sur le site francevelotourisme.com, participation aux actions de promotion et valorisation de l'offre d'itinérance cyclotourisme des destinations. Plan d'action définitif encore à confirmer.	Tous les membres cyclo	1 500€

DES ACTIONS AUTOUR DE LA PRESSE, DE L'INFLUENCE ET DE LA CRÉATION DE CONTENU

Accueils de créateurs de contenus (Ex: Les Coflocs, ou Les Michmich en Vadruille)	Généraliste	France	Toute l'année (hors juillet-août)	Pérennisation de l'accompagnement des destinations pour l'accueil de créateurs de contenus, en conditionnant les partenariats à la mise en avant de l'offre durable et des mobilités douces. Pré-fléchage de 5 profils présentés à la suite du workshop presse début 2025.	Tous les membres	De 3 500€ à 8 000 € selon le profil
Edition de supports publi-rédactionnels dans la presse locale et nationale (à définir : Géo, Lonely Planet, Echappée Belle Magazine, Explore) (NOUVEAUTÉ)	Généraliste	France	Printemps / début été	Rédaction d'un carnet spécial multi-destinations dans un média Presse écrite (à définir) à forte audience pour valoriser les destinations régionales auprès des lecteurs. Support conditionné à un nombre de partenaires minimum	Tous les membres	3 500€

PRESSE	CAMPAGNE	DISTRIBUTION
PÉRÉNISATION DE DISPOSITIFS EXISTANTS		
ACCUEILS INFLUENCEURS	CAMPAGNE SUD OUEST	WORKSHOP PRESSE PARTIR EN FRANCE
	CAMPAGNE CHILOWE	WORKSHOP PRESSE IMM
	CAMPAGNE OUTDOOR ACTIVE/SPORT	SALON IFTM
	CAMPAGNE RÉSEAUX SOCIAUX	
NOUVELLES ACTIONS IMPACTANTES		
PUBLICREDAC PRESSE LOCALE	CAMPAGNE DECATHLON TRAVEL	WORKSHOP PURE MEETINGS
PUBLICREDAC PRESSE NATIONALE	CAMPAGNE MOBILITÉ TRAIN/SNCF HOURRAIL !	
	CAMPAGNE FRANCE VÉLO TOURISME	

FICHE ACTION N°17

UNE COMMUNICATION BTOC À L'INTERNATIONAL, S'APPUYANT SUR LES CONTRATS DE DESTINATION ET LA CAMPAGNE #EXPLOREFRANCE



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Grand public



MARCHÉ(S)



En Europe, le CRT continuera de s'appuyer sur la campagne #ExploreFrance, proposé par Atout France. Cette campagne, structurée autour de cofinancements de l'opérateur national et de partenaires privés, permet de démultiplier la visibilité des destinations régionales sur de multiples supports, notamment digitaux.

Sont ainsi prévus :

- La participation du CRT à la campagne de notoriété globale « France », en partenariat avec Atout France et l'ensemble des régions de France ;
- L'organisation limitée à quelques marchés d'actions de notoriété et de conversion dédiée à la Nouvelle-Aquitaine, permettant de fédérer un maximum de partenaires régionaux, (ex : publi rédactionnel print ou digitaux) ;
- L'organisation de campagnes de notoriété #ExploreFrance complémentaires, directement portées par les contrats de destinations.



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : Oui (volet 2)

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? KPIs (nombre de vues, nombre d'impression, nombre de clics, nombre de réservations, interactions, etc.)

FICHE ACTION N°17

CAMPAGNES EXPLORE FRANCE

Action	Filière	Pays	Date	Descriptif action	Partenaires éligibles	Coût* Par partenaire (à partir de)
Campagne de communication #ExploreFrance, volet 1 "notoriété"	Multi-filières	Multi-marchés	1er trimestre	Le CRT apporte son soutien à la démarche collective d'Atout France pour développer la marque "France" à l'international, dans le cadre de la campagne #Explore France	Non éligible	Non éligible
Campagne de communication #ExploreFrance, volet 2 "notoriété" - supplément presse	Multi-filières	Espagne	1er trimestre	La campagne #Explore France, pilotée par Atout France, permet au CRT de compléter les dispositifs portés par les Contrats de destinations sur le volet de notoriété en proposant des actions du type supplément encarté dans la presse couplées à des activations digitales	Tous les membres	4000€
Campagne de communication #ExploreFrance, volet 2 "notoriété" - influenceur	Multi-filières	Royaume Uni, Pays-Bas, Allemagne, Belgique, Espagne, Italie	1er trimestre et 2ème semestre	La campagne #Explore France, pilotée par Atout France, permet au CRT de compléter les dispositifs portés par les Contrats de destinations sur le volet de notoriété en proposant des accueils avec des influenceurs	Tous les membres	Frais accueil sur place
Campagne de communication #ExploreFrance, volet 3 "conversion"	Généraliste	Royaume Uni, Pays-Bas, Allemagne, Belgique, Espagne, Italie	1er semestre et 3ème trimestre	Ce volet de notoriété/conversion soutenu par des acteurs privés (transporteur, OTA...) permet d'amplifier l'effet de levier de la campagne et ainsi accroître les réservations en hors saison	Tous les membres	1000€



FICHE ACTION N°18 DÉPLOIEMENT D'UNE STRATÉGIE D'INFLUENCE REPENSÉE

La mobilisation des médias est essentielle pour faire connaître et renouveler l'image de nos destinations. Elle est également essentielle pour promouvoir des modes de consommation touristique plus durable. En 2025, le CRT poursuivra sa stratégie média et influenceurs, via :

- Une présence sur une sélection d'événements à l'international (cf. fiche « rencontres professionnelles p.48) ;
- L'organisation d'accueils presse sur le territoire ;
- L'animation d'un groupe de travail "Presse" régional, en lien avec les CDT / ADT.



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Presse
Influenceurs



MARCHÉ(S)



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Description de l'offre partenaire :

- Le CRT propose de vous accompagner dans la sélection et l'accueil des journalistes, en groupe ou individuel.
- Un effort particulier sera consenti pour recevoir les professionnels rencontrés lors de nos événements et actions menées en France et à l'étranger.

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Questionnaire de satisfaction / Retombées presse

Coût par partenaires estimé : Frais d'accueil sur place (hors transport)

LES COLLECTIONS, des dossiers de presse renouvelés

Une nouvelle manière de présenter les nouveautés de la saison. Afin de mieux correspondre aux besoins de nos professionnels et d'améliorer notre communication auprès des Tours Opérateurs et des médias nous remplaçons nos anciens Dossiers de presse par les magazines Collections. Deux sorties par an de manière régulières et un sommaire adapté aux nouveaux enjeux de nos destinations et filières.

- Printemps - été : sortie en janvier
- Automne-hiver : sortie en septembre

• Découvrez les nouveautés de la saison :





FICHE ACTION N°19

UN CALENDRIER DENSE DE RENCONTRES PROFESSIONNELLES

Ces évènements doivent permettre aux acteurs de la filière touristique néo-aquitaine de nouer des liens durables avec les professionnels (tour-opérateurs, agents de voyages, transporteurs, journalistes, influenceurs...) à l'occasion de différents temps forts, notamment :

- des workshops ou salons avec les tour-opérateurs, les agents de voyages et/ou la presse, permettant des RDV en face à face ;
- des rendez-vous de démarchage et formation en petits groupes chez les TO et agences de voyages ;
- des conférences de presse ;
- des séquences conviviales de networking ;
- Etc.

Le CRT veillera tout au long de l'année à identifier ces acteurs (TO, agences de voyages, media, réseaux d'acteurs, etc.) engagés pour un tourisme plus durable.



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Pros du
tourisme
Presse



MARCHÉ(S)



ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Questionnaire de satisfaction / Chiffres de fréquentation

MANUEL DES VENTES, un contenu responsable

Notre nouveau manuel des ventes incarne notre engagement résolu en faveur du tourisme durable, aligné sur nos valeurs et notre nouvelle stratégie marketing. Plus qu'un simple catalogue, c'est une invitation à découvrir la Nouvelle-Aquitaine autrement. Au programme : des séjours écoresponsables dans des établissements respectueux de l'environnement, des itinéraires bas-carbone, des activités qui mettent en valeur la richesse culturelle et naturelle de la région...



FICHE ACTION N°19

RENCONTRES PROFESSIONNELLES

FRANCE



Action	Filière	Pays	Date	Descriptif action	Partenaires éligibles	Coût* Par partenaire (à partir de)
Workshop "Partir en France"	Multi-filière	Paris France	13 et 14 janvier	Participation au workshop presse. Organisation de rencontres en présentiel avec la presse spécialisée et les influenceurs.	Réservé aux ADT/CDT et Offices de tourisme	920€
Workshop MICE Pure Meetings & Event	MICE	Paris France	23 janvier	Opération professionnelle pour faire connaître l'offre MICE des destinations et en particulier les offres innovantes et éco-responsables, auprès des décideurs et organisateurs d'événements professionnels. Workshop accompagné d'une campagne digitale et d'éducteurs en Région	Destinations ou sites avec une offre "Affaires" (séminaires/ congrès)	1875€ >complet
IMM Paris – International Media Market	Multi-filière	Paris France	12 mars	Participation au workshop presse. Organisation de rencontres en présentiel avec la presse spécialisée et les influenceurs.	Tous les membres	1250€ >complet
Salon IFTM Top Résa + autre action	Multi-filière	Paris France	23 - 25 septembre	Le salon International du tourisme qui regroupe des professionnels du monde entier. Stand ouvert à une 20aine de partenaires régionaux + action complémentaire avec les entreprises du voyage (à l'étude)	Tous les membres	IFTM 3 000€

EUROPE



Educteurs professionnels	Multi-filière	Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Suisse, Scandinavie	Toute l'année	Dans la continuité de ses actions de promotion à destination de la cible professionnelle (tour-opérateur, agences de voyages, autocaristes, etc.), le CRT souhaite accueillir in situ ces professionnels pour leur permettre de parfaire leur connaissance des atouts de la région et ainsi accroître/élargir leur programmation.	Tous les membres	Frais d'accueil sur place (hors transport)
Webinaire de formation des prescripteurs professionnels	Généraliste	Allemagne, Royaume-Uni	Toute l'année	Organisation de webinaires à destination des prescripteurs professionnels européens pour parfaire leur connaissance des destinations de la région, sur des thématiques diverses et adaptées en fonction de l'appétence du marché	Tous les membres	500€
Rencontres BtoB "Atout France" et séquence dédiée à la Nouvelle-Aquitaine auprès de la presse	Généraliste	Amsterdam	21 janvier	Participation aux rencontres BtoB orParticipation aux rencontres BtoB organisée par Atout France. Organisation de rencontres en présentiel avec les professionnels néerlandais du tourisme. Temps dédié à la Nouvelle-Aquitaine auprès de la presse.	Tous les membres	1600€
Workshop BtoB Suisse	Généraliste	Zurich et Lausanne - Suisse	3 et 4 février	Rencontre de professionnels suisses pour promouvoir les atouts touristiques de la Nouvelle-Aquitaine	Tous les membres	À définir

FICHE ACTION N°19

Action	Filière	Pays	Date	Descriptif action	Partenaires éligibles	Coût* Par partenaire (à partir de)
IMM International Media Market	Généraliste	Londres Royaume Uni	17 et 18 février	Participation au workshop pour rencontrer la presse spécialisée et les influenceurs.	Tous les membres	2000€
IMM International Media Market	Généraliste	Berlin Allemagne	3 mars	Participation au workshop pour rencontrer la presse spécialisée et les influenceurs allemands et suisses.	Tous les membres	2200€
WTM - World Travel Market ou Festival Week	Généraliste	Londres Royaume Uni	Début novembre	Le salon International du tourisme qui regroupe des professionnels du monde entier. Stand ouvert aux partenaires, pour promouvoir les atouts touristiques de la région	Tous les membres	4500€
Rencontres BtoB d'Atout France et séquence dédiée à la Nouvelle-Aquitaine auprès de la presse	Généraliste	Belgique	À définir	Participation aux rencontres BtoB organisées par Atout France pour valoriser un tourisme éco-responsable en partenariat avec la SNCB (à confirmer). Organisation de rencontres en présentiel avec les professionnels belges du tourisme. Temps dédié à la Nouvelle-Aquitaine auprès de la presse.	Tous les membres	1600€
Mission professionnelle en Italie dédiée à la Nouvelle-Aquitaine	Généraliste	Italie	1 ^{er} semestre	Organisation d'une tournée professionnelle dédiée à la promotion des atouts touristiques des territoires de la Nouvelle-Aquitaine auprès des prescripteurs italiens (presse et TO, séquence de workshop et démarchage).	Tous les membres	2500€
Workshop Atout France Méditerranée	Généraliste	Lieu à déterminer	Novembre 2025	10 ^e édition du workshop organisé par Atout France pour rencontrer près de 90 opérateurs ciblés de 14 marchés du bassin méditerranéen pour promouvoir l'offre touristique régionale.	Tous les membres	2500€
Actions de promotion en Scandinavie	Généraliste	Scandinavie	Toute l'année	Actions de promotion en cours de définition	Tous les membres	À définir

LONG COURRIER



Eductours BtoB	Multi-filière	Etats-Unis, Canada, Japon	Toute l'année	Dans la continuité de ses actions de promotion à destination de la cible professionnelle (tour-opérateur, agences de voyages...), le CRT souhaite accueillir in situ ces professionnels pour leur permettre de parfaire leur connaissance des atouts de la région et ainsi accroître/élargir leur programmation.	Tous les membres	Frais d'accueil sur place (hors transport)
Webinaire de formation des prescripteurs professionnels	Généraliste	Etats-Unis, Canada	Toute l'année	Organisation de webinaire à destination des prescripteurs professionnels pour parfaire leur connaissance des destinations de la région, sur des thématiques diverses et adaptées en fonction de l'appétence du marché	Tous les membres	500€

Action	Filière	Pays	Date	Descriptif action	Partenaires éligibles	Coût* Par partenaire (à partir de)
Mission professionnelle aux Etats-Unis et Canada dédiée à la Nouvelle-Aquitaine avec France 360	Généraliste	New-York (Etats-Unis) et Montréal - Toronto (Canada) - Phoenix	2 ^{ème} semestre	Organisation d'une tournée professionnelle dédiée à la promotion des atouts touristiques des territoires de la Nouvelle-Aquitaine auprès des prescripteurs nord-américains (TO et presse, séquence de workshop et démarchage).	Tous les membres	3950€
Mission professionnelle au Japon dédiée à la Nouvelle-Aquitaine	Généraliste	Tokyo et Osaka - Japon	À définir	Organisation d'une tournée professionnelle dédiée à la promotion des atouts touristiques des territoires de la Nouvelle-Aquitaine auprès des prescripteurs japonais (TO et presse, séquence de workshop et démarchage) à l'occasion de l'Exposition Universelle à Osaka.	Tous les membres	3500€

MULTINATIONALITÉ

Eductours "Rendez-vous en France" - Atout France	Multi-filière	En Nouvelle-Aquitaine	27-31 mars	Dans le cadre du salon "Rendez-vous en France", possibilité d'accueillir in situ des professionnels étrangers (Europe et long courrier) pour leur permettre de parfaire leur connaissance des atouts de la région et ainsi accroître/élargir leur programmation.	Tous les membres	Frais d'accueil sur place (hors transport)
Workshop "Rendez Vous en France" - Atout France	Multi-filières	Lyon	1 et 2 avril	Participation au workshop organisé annuellement par Atout France pour rencontrer les distributeurs du monde entier	Tous les membres	Prix fixé par Atout France
Elevate - ATTA (à confirmer)	Slow durable aventure	Nouvelle-Aquitaine	Avril /mai	Organisation en Nouvelle-Aquitaine du workshop Elevate Europe en partenariat avec ATTA (Adventure Travel Trade Association) - programme de conférences, ateliers, workshops et eductours	Tous les membres	À définir
Eductour dédié au "cyclotourisme" - Atout France	Cyclotourisme	Nouvelle-Aquitaine	Automne	En collaboration avec Atout France, organisation en région d'eductours et d'un mini-workshop dédiés aux prescripteurs d'Europe du nord de cette filière pour développer et élargir leur programmation	Destinations ou sites "cyclo"	Frais d'accueil sur place (hors transport)+ 250€ (workshop)
Voyages de presse journalistes et influenceurs	Multi-filières	Nouvelle-Aquitaine	Toute l'année	Organisation en région d'accueils presse et influenceurs pour pousser des nouveautés, à destination de tous les marchés travaillés par le CRT	Tous les membres	Frais d'accueil sur place (hors transport)
Plan d'actions dédié filière Haut de Gamme	Multi-filières	Nouvelle-Aquitaine et/ou international	Toute l'année	Mise en oeuvre d'actions BtoB multimarché pour cette cible de prescripteur (exemple ILTM, etc.)	Les membres du club Haut de Gamme	À définir

FICHE ACTION N°20 VALORISATION DU TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE

Le CRT s'engage dans une stratégie visant à structurer et promouvoir une offre accessible à tous. Cette stratégie s'articule autour de quatre axes majeurs afin de rendre les vacances accessibles au plus grand nombre :

- Promotion des colonies de vacances sur l'ensemble du territoire ;
- Facilitation de l'accès aux vacances pour les personnes en situation de handicap ;
- Promotion des séjours destinés aux jeunes (18-30 ans) à travers toute la région ;
- Encouragement de la mixité sociale dans les établissements néo-aquitains en intégrant les offres de Tourisme Social et Solidaire dans les actions de communication et de promotion.

En collaboration avec l'UNAT et avec le soutien des référents départementaux et locaux, le CRT prévoit de mettre en place des actions pour 2025 :

- Développement d'une offre bas-carbone accessible ;
- Campagne de communication et accueil influenceur ;
- Accompagnement des professionnels dans leur transition sociale via les filières et clubs ;
- Intégration de la thématique dans le programme de webinaires "Le RDV du CRT".
- À l'étude = partenariat avec l'ANCV portant sur la mobilisation du réseau des hébergeurs locaux acceptant les chèques-vacances et les chèques-vacances connect et l'intégrant d'offres aux catalogues des dispositifs de l'ANCV, notamment en lien avec les ADT.



FICHE ACTION N°21 SENSIBILISER LES TOURISTES À DES PRATIQUES PLUS RESPONSABLES

Afin de **favoriser l'appropriation des enjeux de durabilité par les clientèles** et de **faciliter l'adoption de pratiques écoresponsables** (écomobilités, écogestes, alimentation, etc.), le CRT entend **poursuivre et renforcer ses efforts de sensibilisation des voyageurs à un tourisme plus durable**.

Plusieurs axes de travail sont ainsi privilégiés en 2025 :

- Le déploiement de **campagnes de sensibilisation**, à l'image du travail engagé par le CRT dès 2023-2024 dans le cadre de son **partenariat avec l'ONG Surfrider Foundation Europe (SFE)**, visant à faire de la Nouvelle-Aquitaine la **première région engagée en faveur de la préservation des océans** (« ocean friendly region ») : production de **séjours bas-carbone** « co-brandés » CRT/Surfrider Foundation, **sensibilisation des touristes en séjour** (insistant notamment sur leur empreinte sur l'océan, le littoral et la qualité de l'eau), usage de la **gamification** via l'organisation d'une collecte de déchets avec Terra Aventura etc.
- Une **information/sensibilisation des voyageurs dans la préparation de leur séjour**, via notamment la **diffusion de contenus informatifs dédiés** sur les sites internet et réseaux sociaux du CRT (ex : mise en avant de « bonnes pratiques » pour un voyage plus responsable) ou la **valorisation de solutions vertueuses** (acteurs engagés, circuits courts, solutions de mobilité « bas-carbone », etc.).



CALENDRIER
2025



MARCHÉ(S)



FILIÈRE(S)
Généraliste



CIBLE(S)

Clientèles touristiques
françaises et internationales

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Description de l'offre partenaire : Organisation d'actions de sensibilisation conjointes

Comment l'action sera-t-elle évaluée ?

Création et diffusion de contenus de sensibilisation auprès des clientèles touristiques (avant et pendant leur séjour)

Nombre de touristes sensibilisés et performance (quantitative et qualitative) des actions déployées

Suivi de la trajectoire bas-carbone régionale

FICHE ACTION N°22

POURSUITE DES TRAVAUX DE REFONTE DE L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL BTOC



CALENDRIER

Toute l'année 2025



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Grand public

La nouvelle stratégie digitale engagée du CRT vient faire écho à la stratégie marketing 2023 -2028, qui repose sur une approche plus ciblée, plus fine, visant à positionner la Nouvelle-Aquitaine comme une destination différente, durable et désirable. Pour prolonger ce repositionnement marketing sur le plan digital, en complémentarité des approches destinations portées par les ADT/OT, le CRT s'est attaché en 2024 à détailler les outils et le contenu opérationnel de sa stratégie digitale BtoC en France et à l'International afin de finaliser un cahiers des charges comprenant la pré-conception des principaux gabarits qui vont permettre dès janvier 2025 de passer à la réalisation des différents sites web. L'année 2025 sera consacrée à la construction du dispositif et ses contenus sur la base d'un socle technique fonctionnel unique, pour une mise en ligne des premières versions au printemps. Parallèlement la mise en place progressive d'une stratégie Social media efficace sera déployée (efficacité numérique, collaboration et partenariats, surcyclage des contenus, optimisation organique par le SMO).

Rappel du dispositif : une stratégie différenciée France / Internationale

Sur le marché France/proximité : valorisation des offres durables et incitant à une consommation responsable, poussée sur les réseaux sociaux et au travers d'une plateforme d'inspirations responsables aux contenus coproduits avec les partenaires du tourisme néo-aquitains, avec une approche "produits" qui se veut complémentaire aux approches destinations portées par les ADT/OT.

A l'international : capitaliser sur les marques de destinations mondiales et internationales de la région (Bordeaux, Biarritz Pays basque, Côte Atlantique, Pyrénées, Vallée de la Dordogne, Cognac, Limoges). Le CRT proposera un socle de sites par langue et par marque (contenus froids) dont l'utilisation sera à géométrie variable, en fonction de la prise de parole des contrats de destination sur les marchés concernés.

- Lorsque la prise de parole (site web dédié) existe sur un marché au travers des contrats de destinations, le CRT privilégiera ce canal de communication.
- Lorsque la prise de parole est absente sur un marché mais que la possibilité d'audience est avérée, le CRT activera le site marque en fonction de ses besoins.
- Une page vitrine « hub » permettra de relier les destinations entre elles et développer un imaginaire autour de ce territoire sur lequel les destinations marques pourront s'appuyer.

Sur le fond, c'est la cohérence et l'alignement entre les objectifs stratégiques, les cibles et les contenus engagés qui seront recherchés. Sur la forme, une éco-conception sera privilégiée et plus globalement une approche privilégiant la sobriété et l'accessibilité. Une fois le nouvel écosystème en place, il s'agira d'évaluer et rendre compte de sa performance réelle, au vu des indicateurs responsables, préalablement définis en amont de la réalisation des sites.

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : NON

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Mise en ligne d'une VO d'ici juin 2025

FICHE ACTION N°23

ACTIONS DE COMMUNICATION SUR L'ÉCOSYSTÈME TÈRRA
AVENTURA**CALENDRIER**

Toute l'année

**CIBLE(S)**Grand Public
Famille

Tèrra Aventura est un vaste réseau de 600 chasses aux trésors qui couvre l'ensemble de la région Nouvelle-Aquitaine. Chaque parcours propose un trésor avec un badge à collectionner, en lien avec la thématique spécifique de la balade. Ces aventures se déclinent en différents formats, accessibles via une application mobile gratuite, permettant de parcourir entre 1 et 15 km à pied ou à vélo. Les parcours sont disponibles toute l'année, 24h/24, et traduits en cinq langues (100 parcours sont disponibles en français, anglais, allemand, néerlandais et espagnol).

Depuis son lancement, **Tèrra Aventura** a attiré plus de **10 millions de joueurs en 13 ans**, avec une fréquentation annuelle d'environ 5 000 joueurs par parcours. La communauté, composée de plus de 130 000 équipes fidèles, actives et engagées, est majoritairement (75 %) originaire de Nouvelle-Aquitaine, et se compose à 64 % de familles cherchant des activités ludiques et touristiques adaptées pour leurs enfants. 69 % des joueurs ont moins de 44 ans, avec 53 % ayant des enfants âgés de 6 à 12 ans.

Tèrra Aventura bénéficie d'une base de données de plus de **150 000 contacts opt-in**, avec des taux d'ouverture impressionnants (entre 30 et 40 %) et un engagement fort sur les réseaux sociaux. L'application mobile, qui compte **275 000 utilisateurs actifs chaque mois**, permet des interactions régulières avec la communauté, tandis que le site web, utilisé pour la préparation des voyages, enregistre plus de **750 000 visites**.

Plusieurs dispositifs assurent une visibilité efficace pour les partenaires, offrant ainsi un large impact touristique et économique pour les territoires impliqués.

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Description de l'offre partenaire : Annonces partenaires géolocalisées sur l'application mobile et sur le site web avec des possibilités de partenariat sur des périodes et des durées différentes.

Création de parcours éphémère (durée de 3 semaines à 1 mois) à l'occasion d'un évènement pour drainer du flux pendant une période spécifique (ex : Fêtes de Noël, les 100 ans du musée....)

Participation ou co-organisation d'un évènement avec création d'un parcours exclusif avec un badge unique (Invitation des Tèrr'aventuriers, animation des malles escape-game, roue de la fortune, goodies, rencontre avec les sages...) – développer la notoriété du partenaire

Possibilité de partenariat sur-mesure en fonction du projet du partenaire.

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Nombre d'affichage et de clics

Action	Date	Descriptif action	Partenaires éligibles	Coût* Par partenaire (à partir de)
Annonces partenaires	Toute l'année	Améliorer sa visibilité auprès de la clientèle famille de Nouvelle-Aquitaine	Ouvert à tous	À partir de 420 € HT (achat groupé possible pour les OGD)
Affichage digital 360 °	Toute l'année	Améliorer sa visibilité sur 25 parcours et couvrir le territoire jusqu'à 1h30. Bénéficier des outils digitaux : Newsletter, push-actu appli web, site web, réseaux sociaux.	Ouvert à tous	À partir de 1 900 € HT
Création de Parcours éphémère	Toute l'année	Créer un parcours sur une durée limitée entre 3 semaines et 1 mois avec des actions de communication associées (réseaux sociaux, Newsletter...)	Ouvert à tous	A partir de 4250 € HT





FICHE ACTION N°24 CRÉATION DE PARCOURS ET MICRO Z'AVENTURES

En 2025, Terra Aventura continuera son développement en créant de nouveaux parcours pédestres, cyclos et nocturnes en partenariat avec les Offices de Tourisme et les ADT/CDT/CD de Nouvelle-Aquitaine. Le soutien à la refonte des anciens parcours sera maintenu cette année. Le succès de nos **Micro Z'aventures** et **parcours exclusifs** est constant, confirmant leur potentiel à générer un flux optimum de visiteurs sur les territoires partenaires et leurs sites touristiques. La **Micro Z'aventure**, une immersion 100% Terra Aventura, sur un séjour d'au moins deux jours, les joueurs découvriront en profondeur le territoire. Les premiers territoires à l'avoir adoptée, tels que Pau-Haut-Béarn, le Bocage Bressuirais et l'Entre-deux-Mers, ont vu un succès immédiat, avec plus de 80 % des visiteurs venant d'autres départements et des séjours sur place.

Idéal pour booster la visibilité, **les parcours exclusifs** sont créés sur mesure au cœur de musées ou de sites de visite, pour mettre en lumière les collections et contenus uniques. Associez à un événement et à la création d'un **badge collector unique** offert à chaque aventurier, ce dispositif garantit une affluence continue tout au long de l'opération et une visibilité renforcée. Chaque opération bénéficie d'une large visibilité sur l'écosystème digital de Terra Aventura, pour maximiser votre impact.



CALENDRIER

Création de parcours : Dépôt de candidature en décembre 2024
- sortie juin 2025
Micro Z'aventure : Dépôt de candidature toute l'année



CIBLE(S)

Grand Public
Famille

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Description de l'offre partenaire :

Création de parcours pédestre, vélo, nocturne ;

Création d'une Micro Z'aventure ;

Création d'un parcours exclusif et événement.

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Fréquentation et enquête clientèle.

LA CRÉATION DE PARCOURS ET MICRO Z'AVENTURES

Action	Date	Descriptif action	Partenaires éligibles	Coût* Par partenaire (à partir de)
Création de parcours	Juin 2025 (dossier de candidature décembre 2024)	Créer un parcours "Terra Aventura" pérenne pédestre, vélo ou nocturne visible sur l'application 365 jours par an.	Ouvert aux Offices de Tourisme	Tarif en cours de révision
Créer une Micro Z'aventure	Toute l'année	Créer une expérience de jeu 100% Terra Aventura sur 2 jours dans un univers graphique dédié et une mécanique de jeu à part entière.	Adhérent	À partir de 19500 € HT
Parcours exclusifs & événement	Printemps & automne	Créer un parcours exclusif dans un musée ou un site de visite et organiser un événement en partenariat avec Terra Aventura. Un flux assuré en toute saison.	Adhérent	A partir de 13790 € HT



AXE 4

**Installer une nouvelle
dynamique partenariale**

Renforcer la coordination et l'animation des actions portées sur les enjeux de durabilité

Le CRT s'engage à renforcer la coordination et l'animation des actions liées aux enjeux de durabilité en confortant une nouvelle dynamique partenariale amorcée en 2024. La continuité du travail collaboratif, amorcé lors des phases de concertation, est essentielle pour atteindre les ambitions régionales en matière de tourisme durable. Face au partage des compétences touristiques et à la nécessité d'améliorer l'efficacité des actions menées par les différents acteurs, il devient indispensable de consolider ces initiatives. En 2025, cela se traduira par la poursuite du déploiement des Contrats de Partenariats Locaux avec les acteurs institutionnels infrarégionaux, l'introduction de nouveaux outils digitaux pour les professionnels du tourisme, ainsi que l'organisation régulière de rencontres partenariales. Ces initiatives sont conçues pour harmoniser les efforts en vue d'une transition durable cohérente et efficace, répondant aux objectifs fixés au niveau régional.



Vassivière

Axe 4

Installer une nouvelle dynamique partenariale

↳ Rappel des chantiers prioritaires de l'axe 4

Au regard du partage de la compétence tourisme, de l'ambition régionale en matière de tourisme durable et de l'objectif d'une plus grande efficacité des interventions publiques en la matière, le CRT souhaite renforcer la coordination et l'animation des actions portées sur les enjeux de durabilité avec l'ensemble des acteurs régionaux, mais aussi conforter et développer des partenariats externes pour s'appuyer sur des expertises spécifiques et initier, via des financements dédiés, des projets innovants.



- Mettre en oeuvre des **contracts de partenariats locaux** ;
- Installer une **gouvernance de la stratégie du CRT** dans le prolongement de la dynamique de concertation ;
- Définir et formaliser l'**offre de services aux adhérents** ;
- Organiser le **partage d'outils**, notamment en matière d'observation touristique ;
- Développer notre capacité d'actions et d'innovation par **des partenariats et collaborations avec des acteurs «experts»** ;
- Développer un **portail web centre de ressources et animations de communautés de professionnels**.

6

Chantiers

FICHE ACTION N°25 POURSUITE DU DÉPLOIEMENT DES CONTRATS DE PARTENARIAT LOCAUX AVEC LES DÉPARTEMENTS

En avril 2024, le premier contrat de partenariat a été signé avec Charentes Tourisme par Stéphane Villain, Patrick Mardikian, et Christelle Chassagne à l'occasion du CA du CRT à Soyaux (16).

Ce contrat définit les coopérations, coordinations et mutualisations entre les 2 structures afin de gagner en efficacité et en lisibilité.

À la présentation de ce premier contrat, l'ensemble des ADT/CDT se sont montrés intéressés par cette démarche. Des échanges sont en cours avec les 2 ADT pour une signature au premier trimestre 2025.



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

ADT CDT

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : OUI

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Évaluation annuelle des engagements réciproques

FICHE ACTION N°26 ORGANISATION DE RENCONTRES PARTENARIALES RÉGULIÈRES ET ÉCLAIRANTES POUR L'ÉCOSYSTÈME

En 2025, le Comité Régional du Tourisme (CRT) de Nouvelle-Aquitaine jouera un rôle clé dans plusieurs initiatives destinées à renforcer et structurer le secteur touristique régional.

Tout d'abord, le CRT contribuera à l'organisation des **rencontres régionales du tourisme**, en partenariat avec la Mission des Offices de Tourisme Nouvelle-Aquitaine (Mona) et Tourisme Lab. Ces rencontres, initiées par la Région, se dérouleront au siège du Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine au cours du **premier trimestre 2025**. Il s'agira de la deuxième édition de cet événement, qui vise à rassembler les acteurs clés du tourisme pour échanger sur les enjeux actuels, les innovations et les stratégies futures du secteur.

En parallèle, le CRT organise également les **journées partenariales 2025**, qui constituent un moment important d'échanges et de réflexion avec l'ensemble des adhérents du CRT. Ces journées permettront aux différents partenaires de discuter des projets en cours et d'identifier les opportunités de collaboration afin de renforcer le tourisme régional.

Le CRT accompagne et soutient plus globalement la démarche de «**Très Grande Satisfaction**», initiée par Charentes Tourisme, en partenariat avec Excelia Tourism School, Strato2 et le CRT Centre-Val de Loire. Cette initiative vise à expérimenter des actions concrètes pour augmenter la satisfaction des touristes sur des territoires spécifiques comme **Grand Cognac, Île de Ré et Châtelailon-Plage**. Pour 2025, il est prévu d'organiser un événement dédié à cette démarche, ainsi que la publication d'un **numéro spécial de la Revue Espaces**, afin de partager les résultats et les bonnes pratiques développées dans le cadre de cette expérimentation.

Ces initiatives témoignent de l'engagement du CRT à améliorer constamment l'expérience touristique en Nouvelle-Aquitaine et à renforcer les collaborations entre les différents acteurs du secteur.

FICHE ACTION N°27 POURSUITE DU DÉPLOIEMENT DES NOUVEAUX OUTILS DIGITAUX POUR L'ÉCOSYSTEME INSTITUTIONNEL ET LES «PROS» DU TOURISME

En réponse au diagnostic réalisé sur ces outils numériques BtoB et conformément à sa volonté d'installer une nouvelle dynamique partenariale dont le prolongement doit naturellement se faire aussi sur le digital, le CRT a engagé une refonte de son site internet et de sa stratégie social media à destination des « pros » du tourisme, de la presse et de ses partenaires. Comme pour la cible Grand public, l'année 2024 a permis de détailler les outils et le contenu opérationnel de la stratégie digitale BtoB afin de finaliser un cahiers des charges comprenant la préconception des principaux gabarits qui vont permettre dès janvier 2025 de passer à la réalisation du nouveau site web. L'année 2025 sera consacrée à la construction du dispositif et de ses contenus sur la base d'un socle technique fonctionnel unique, pour une mise en ligne d'une première version au printemps. Parallèlement la mise en place progressive d'une stratégie Social media efficiente sera déployée (efficience numérique, collaboration et partenariats, surcyclage des contenus, optimisation organique par le SMO).

Rappel du dispositif : un portail web « pro » pour rassembler la communauté touristique régionale et inciter les prescripteurs touristiques, professionnels français et internationaux à promouvoir et programmer l'offre touristique durable de Nouvelle-Aquitaine.

- Un socle institutionnel, qui présente le CRT et rend compte de son action
- Un centre de ressources, qui partage des contenus à forte valeur ajoutée exclusifs et produits par le CRT ou centralisés depuis des réseaux partenaires et dont une partie est réservée aux adhérents ;
- Des espaces collaboratifs (déportés sur des solutions tierces existantes), de 3 natures :
 - ✓ Permanents autour de groupes d'intérêts
 - ✓ Temporaires en mode projet sur des travaux spécifiques
 - ✓ Éphémères, pour des besoins de gestion de projet ou mission
- Parallèlement, un mini site « catalogue d'inspirations responsables » sera créé en version française et anglaise pour proposer une présentation du territoire adaptée à la cible BtoB ainsi qu'un centre de ressources « pro ».



CALENDRIER

Toute l'année



FILIÈRE(S)

Toutes



CIBLE(S)

Pros du tourisme
et Institutionnels

ACTION OUVERTE A PARTENARIAT : NON

Comment l'action sera-t-elle évaluée ? Mise en ligne d'une VO d'ici juin 2025



CARTE D'IDENTITÉ DU CRT

LES INSTANCES*



BUREAU



- Réunion toutes les fois que l'intérêt du CRT NA l'exige
- Préparation et mise en oeuvre des décisions

10 MEMBRES

CONSEIL D'ADMINISTRATION



- Réunion 2 à 3 fois/ an
- Orientations stratégiques
- Vote budget
- Agrément des adhérents

5 COLLÈGES 56 MEMBRES

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE



- Réunion 1 à 2 fois/ an
- Ouverte à tous les membres
- Statut sur toutes les questions relatives aux actions du CRT

313 MEMBRES 5 COLLÈGES

LES MOYENS



RESSOURCES FINANCIÈRES



- Subventions versées par le Conseil régional
- Partenaires sur les actions
- Cotisations versées par les membres

LES OUTILS



- Site grand public
- Site web dédié aux professionnels
- Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter)
- Photothèque
- Dossiers de presse, revues de presse
- Mécaniques de jeux, outils d'écoute sur les réseaux sociaux (Synthésio)
- Base de données partagées (SIT)
- Études...

LES MISSIONS



PROMOTION



- Augmenter la notoriété de la Nouvelle-Aquitaine en France et à l'étranger
- Générer des flux entre destinations et séduire les Néo-Aquitains
- Séduire les clientèles et les faire venir en séjours chez nos partenaires

OBSERVATION ET INGÉNIERIE



- Production d'études quantitatives et qualitatives pour les partenaires
- Publication de données conjoncturelles
- Ingénierie et accompagnement de projets

STRUCTURATION ET ACCOMPAGNEMENT DE L'OFFRE



- Groupes de travail par filière
- Label Villes et villages fleuris
- Coordination des Systèmes d'informations touristiques
- Terra Aventura

UNE ÉQUIPE DE 49 SALARIÉS



- **Présidente** : Christelle CHASSAGNE
- **Directrice Générale** : Aurélie LOUBES
- **Directeur Général adjoint** : Antony DEMEL
- **Experts** : filières, marchés, Tourisme durable et RSE, contenus, communication, digital

* au 31 décembre 2022

10 BONNES RAISONS D'ADHÉRER

#1

Participer à des campagnes de promotion

en France et à l'international à des tarifs avantageux (co-financement)



Promouvoir votre activité

sur notre nouveau site média, nos réseaux sociaux et systèmes d'informations touristiques (SIT)

#2

#3

Etre accompagné par des experts

des principaux marchés émetteurs de touristes vers la Nouvelle-Aquitaine



Participer à des groupes de travail thématiques

permettant de structurer la promotion de votre filière

#4

#5

Bénéficier d'un accès au réseau d'influence

du CRT (TO, journalistes, blogueurs...)



Accéder à des données micro et macro-économiques

sur l'industrie touristique régionale (chiffres clés, études, bilans touristiques, e-reputation...)

#6

#7

Développer votre activité et votre compétitivité

en ayant accès à l'expertise du CRT en ingénierie et accompagnement de projet



Rester informé de l'activité touristique régionale

avec la newsletter dédiée et la revue de presse

#8

#9

Rejoindre un réseau régional d'acteurs du tourisme

avec des moments de rencontre et d'échange tout au long de l'année



Participer à la prise de décision

sur les grandes orientations stratégiques du CRT (droit de vote en AG, rencontres partenariales...)

#10

Actions 2024

Bilan et analyse des résultats

Journées partenariales
du CRT

Rencontres partenariales
28 mai 2024

Rendez-vous à distance
29 mai 2024

Édition 2024 des Journées
Partenariales Atout France,
du 3 au 5 juin 2024.

Construction d'un plan d'actions prévisionnel (automne 2024)

3 temps d'échanges et de présentation du Plan d'actions en octobre

Plan d'actions 2025

+ adaptation par partenaire

Sur demande, réunions
bilatérales avec les autres
adhérents CRT NA



Plan d'Action 2025 du CRT Nouvelle-Aquitaine

En 2022, le Comité Régional du Tourisme (CRT) de Nouvelle-Aquitaine a mené un **diagnostic flash de maturité numérique** pour identifier les axes de progrès en matière de digitalisation des processus métiers interne. Réalisé sur deux jours, ce premier diagnostic a permis de mettre en lumière plusieurs actions nécessaires pour éviter l'accumulation d'une dette numérique.

Fort de ce constat, le CRT a lancé en 2024 une assistance à maîtrise d'ouvrage, qui a permis de sélectionner le cabinet Digital Conseil pour assister le CRT dans la rédaction de processus métier cible pour améliorer et rationaliser le fonctionnement interne du CRT. Cet accompagnement a également permis d'identifier plusieurs outils dont le CRT doit se doter pour améliorer ses méthodes de travail et son fonctionnement global. Cinq chantiers prioritaires ont ainsi été définis :

1. **Mise en place d'un SIRH (Système d'Information des Ressources Humaines)** pour faciliter l'intégration et améliorer le suivi des collaborateurs, mieux gérer les absences, les frais, les carrières, piloter les formations, etc.
2. **Mobilisation d'un outil de gestion de projets** afin d'adopter un fonctionnement plus transversal et en adéquation avec la formation sur la gestion de projet menée en 2023, dont toutes les équipes a bénéficiée.
3. **Intégration améliorée entre les outils métiers et les outils budgétaires** pour permettre un pilotage budgétaire facilité pour chaque action.
4. **Déploiement d'un outil de GRC (Gestion de la Relation Client)** permettant à terme d'améliorer la relation avec le réseau de contacts du CRT (presse et les tour-opérateurs, estimé à plus de 4000 contacts). Cette solution doit également améliorer la communication avec les partenaires locaux et les membres du CRT, notamment en ce qui concerne la vie statutaire.
5. **Création d'un intranet/réseau social d'entreprise**, en capitalisant sur une technologie interne existante (SharePoint), pour fluidifier la communication interne et améliorer le travail quotidien des collaborateurs, dans une logique d'amélioration du bien-être au travail.

Un calendrier précis de déploiement a été établi avec Digital Conseil, s'échelonnant sur les années 2025 et 2026. Les premiers chantiers seront lancés en 2025, notamment le déploiement du SIRH, de l'outil de gestion de projet et de l'intranet.

L'ensemble de ces mesures vise à offrir au CRT un gain de productivité significatif. Elles sont également conçues pour valoriser le travail des salariés et accroître leur employabilité dans un monde du travail de plus en plus digitalisé.

Avec ce plan d'action ambitieux, le CRT Nouvelle-Aquitaine se positionne résolument comme un acteur moderne et performant, prêt à relever les défis de la transformation numérique.

Dans le cadre de sa stratégie RSE, les équipes du CRT ont été amenées à définir collectivement leur « **Manifeste pour un tourisme durable** ». Il constitue **la boussole de la stratégie marketing du CRT** et **le garant de l'engagement des équipes** en faveur d'un « tourisme au service d'un développement durable et équitable de nos territoires, générateur d'émotions pour les visiteurs, d'échanges avec les populations locales, d'opportunités pour nos professionnels et de nouvelles solidarités ».

En Nouvelle-Aquitaine, les générations passées ont **su préserver ce qui rend la région unique** : un patrimoine culturel, naturel et gastronomique riche, des identités fortes, un territoire varié entre plages océanes, îles, vallées, bocages, marais, forêts et montagnes.

En maîtrisant l'aménagement de son littoral, en préservant sa biodiversité ou en bâtissant ce qui constitue aujourd'hui la plus grande forêt d'Europe occidentale, la Nouvelle-Aquitaine, consciente de **la fragilité de cet héritage**, a démontré qu'il était possible de concilier développement économique et respect de l'environnement, innovation et mise en valeur des savoir-faire ancestraux, ouverture au monde et partage des traditions. **La Région renforce aujourd'hui cet engagement historique et s'engage**, notamment via sa feuille de route Néo Terra, **à faire du développement durable sa « boussole »** pour les années à venir. Touchés par une crise d'une ampleur inédite, **les acteurs du tourisme ont également fait preuve de résilience** et se sont rapidement adaptés, accélérant leur transition pour répondre aux défis posés.

L'urgence climatique nous oblige à aller plus loin. **Nous, Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine, souhaitons porter, avec nos partenaires, l'ambition d'un tourisme durable et inclusif, soucieux de l'humain et du vivant.**

Pour y parvenir, nous souhaitons d'abord être **exemplaires** : la confiance, la bienveillance, le dialogue et l'intelligence collective sont les conditions de notre capacité à nous questionner et à nous réinventer.

Notre volonté de **fédérer** l'ensemble des forces vives de nos destinations est au cœur de notre projet. Nous faisons du **partenariat** le cadre privilégié de nos actions, car nous sommes convaincus qu'il constitue un espace propice à la définition et à la réalisation d'objectifs communs, qu'il facilite **l'innovation et l'adaptation**. Pour plus d'efficacité, nous mutualisons ainsi les efforts et les ressources.

Nous croyons également à la nécessité de **valoriser les acteurs engagés en matière de durabilité et les bonnes pratiques**. Nous avons à cœur de faire découvrir les nombreuses expériences touristiques à impact positif proposées en Nouvelle-Aquitaine aux voyageurs, en accord avec **la quête de sens** que ces derniers expriment et leurs **nouvelles attentes**.

Il nous revient ainsi de les surprendre et de les guider **vers des destinations et des expériences inattendues**, renouvelées.

Nous souhaitons favoriser la rencontre avec les habitants qui, chaque jour, contribuent, par leur travail, leur talent, leur passion et leur sens de l'hospitalité, à faire de notre région un territoire unique. Nous veillerons également à **sensibiliser** les visiteurs à la fragilité de ce patrimoine commun et à la nécessité de le préserver.

Notre volonté est de donner envie aux Néo-Aquitains de découvrir les richesses de leur région. Nous sommes persuadés que le dépaysement et l'aventure sont bien souvent à portée de main, et que **les habitants d'un territoire doivent en constituer les premiers ambassadeurs**. Plus globalement, nous invitons bien sûr tous les voyageurs, d'ici et d'ailleurs, à nous retrouver en Nouvelle-Aquitaine, car nous croyons au tourisme comme créateur de rencontres, **vecteur de dialogue et de compréhension mutuelle**, au-delà des différences culturelles et linguistiques. Nous mettons notre expérience au service de la structuration et de la valorisation **d'expériences de qualité** pour une découverte de la Nouvelle-Aquitaine autrement.

Nous partageons avec les professionnels du tourisme néo-aquitain la conviction que **notre activité doit contribuer à façonner la société que nous voulons léguer à nos enfants**. Acteurs engagés en faveur de la mise en lumière de nos destinations intérieures, opérateurs de nos villes souhaitant repenser leur offre pour la rendre plus soutenable, professionnels de nos territoires littoraux en quête de diversification et d'une meilleure répartition des flux touristiques dans le temps et dans l'espace : **nous sommes à vos côtés pour accompagner vos transitions**.

Chacune et chacun d'entre nous a un rôle décisif à jouer dans cette ambition collective **d'un tourisme au service d'un développement durable et équitable de nos territoires**, générateur d'émotions pour les visiteurs, d'échanges avec les populations locales, d'opportunités pour nos professionnels et de nouvelles solidarités.

Additionnons nos énergies autour du tourisme durable en Nouvelle-Aquitaine !



Scannez le QR Code pour découvrir
notre manifeste pour un tourisme
durable en Nouvelle-Aquitaine



UNE ÉQUIPE À VOTRE SERVICE

PRÉSIDENTE ET DIRECTION GÉNÉRALE

Christelle Chassagne

Présidente du CRT
christelle.chassagne@na-tourisme.com

Antony Demel

Directeur Général Adjoint
antony.demel@na-tourisme.com

Amandine Southon

Responsable tourisme durable et responsabilité sociétale
amandine.southon@na-tourisme.com

Honorine Guilhemotonia

Responsable de la Communication interne et & vie institutionnelle
honorine.guilhemotonia@na-tourisme.com

Aurélien Loubes

Directrice Générale
aurelie.loubes@na-tourisme.com

Brigitte Bloch

Directrice du développement et de l'innovation
brigitte.bloch@na-tourisme.com

Maxime Thibaudeau

Responsable des projets transversaux /
maxime.thibaudeau@na-tourisme.com

Virginie Tacaille

Assistante de direction
virginie.tacaille@na-tourisme.com

DIRECTION ADMINISTRATION ET FINANCES

PÔLE ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE DES DESTINATIONS & FILIÈRES

PÔLE DIGITAL & ÉDITORIAL

PÔLE OBSERVATION & DATA

PÔLE TÈRRA AVENTURA

PÔLE MARCHÉS & PROMOTION

Myriam Vandenbossche

Directrice administrative et financière
myriam.vandenbossche@na-tourisme.com

Sandrine Pailloncy

Cheffe de pôle
sandrine.pailloncy@na-tourisme.com

Agnès Mora

Cheffe de pôle
agnes.mora@na-tourisme.com

Philippe Tarricq

Chef de pôle
philippe.tarricq@na-tourisme.com

Sophie Marnier

Cheffe de pôle
sophie.marnier@na-tourisme.com

Antony Demel

Chef de pôle
antony.demel@na-tourisme.com

Ile d'Oléron

Légende du document

FICHE ACTION N°

Action ouverte à partenariat

FICHE ACTION N°

Action non ouverte à partenariat



France



International



Europe

Filières

Bien-être
et thermalisme



Généraliste
(toutes filières)



Luxe



Tourisme de
savoir-faire



œnotourisme



Éco-tourisme et
itinérance douce

Patrimoine
et culture

Cyclo-tourisme

Tourisme sportif

Tourisme d'affaires
- MICE

UN ÉCOSYSTÈME RÉGIONAL AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

• Un écosystème régional au service du développement touristique

Ci-dessous, vous trouverez une infographie représentant le rôle et les missions du CRT NA dans l'écosystème régional touristique.



LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS PRIVILÉGIÉS À L'ÉCHELLE NATIONALE



ATOUT FRANCE

Opérateur national du tourisme en charge de la promotion de la destination France à l'International.
• Déploie une stratégie de promotion de la destination France à l'International ;
• Participe au développement des territoires en facilitant la concrétisation des projets d'investissement touristique ;
• Apporte de l'information utile aux acteurs du tourisme sur l'offre et la demande ;
• Contribue à la qualité et au renouvellement de l'offre via notamment le pilotage des classements, de l'immatriculation et de labels pour les filières à fort potentiel.



ADN TOURISME

• Fédère à l'échelle nationale les représentants des trois échelons territoriaux (offices de tourisme, comités départementaux et régionaux du tourisme) ;
• Représente les organismes du tourisme à l'échelle nationale ;
• Défend les intérêts collectifs de ses adhérents et représente les structures du tourisme institutionnel en qualité de syndicat d'employeur, tels que définis par le code du travail.



• Associations nationales (acteur du tourisme durable, tourisme et handicaps, etc.)
• Regroupements d'intérêt national et international (réseau ATES, Adventure Travel Trade Association, etc.)

NOTES

[illegible]

Crédits photos

Page 1 : © entre2poles, © Gites_des_Deux-Sevres-CRTNA, © Landes Attractivité **Page 2 :** © M-Audouard_-CRTNA **Page 7 :** © Salt_In_Our_Hair-CRTNA **Pages 8 et 9 :** © Cloé Tourdot Fuentes, Gironde tourisme, © Le Ciré Jaune; © Landes Attractivité - Sébastien Chebassier **Page 10 :** © CRTNA_FEDER **Pages 18 et 19 :** © Teddy_Verneuil_Lezbroz, © David Remazeilles (Gironde Tourisme), © Foehn-Photographie **Page 20 :** © ©ivanrodeorodriguez-2023 **Page 25 :** © Les_Droners-CRTNA **Page 26 :** CRTNA/ FEDER **Page 31 :** © Along_Dusty_Roads-CRTNA **Pages 32 et 33 :** © Aurelien Brusini-aurelienbrusini.com, © Teddy_Verneuil_Lezbroz, ©AADT64-Gaillard-Munsch **Page 38 :** © Clara-ferrand-CRTNA **Page 40 :** © Studio-Francis-CRTNA **Page 43 :** © Best_jobers-CRTNA **Page 45 :** © Les coffocs, CRTNA **Page 53 :** © P_Laurencon-CRTNA **Pages 56 et 57 :** © Le Ciré Jaune, ©AADT64-Gaillard-Munsch **Page 58 :** © Loic_Lagarde-CRTNA **Page 61 :** © Le Ciré Jaune ; Charentes Tourisme **Page 63 :** © Le Ciré Jaune **Page 67 :** © Thierry_Richard-CRTNA **Page 70 :** © Here_We_Go_Again-CRTNA, © Guillaume-CONDAT---Creuse-Tourisme, © B_Chanten-CRTNA

Vienne



Creuse



Limoges



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**
Comité Régional du
Tourisme

CONTACT

Comité Régional du tourisme de Nouvelle-Aquitaine

✉ contact@na-tourisme.com

🌐 www.crt-nouvelle-aquitaine.com