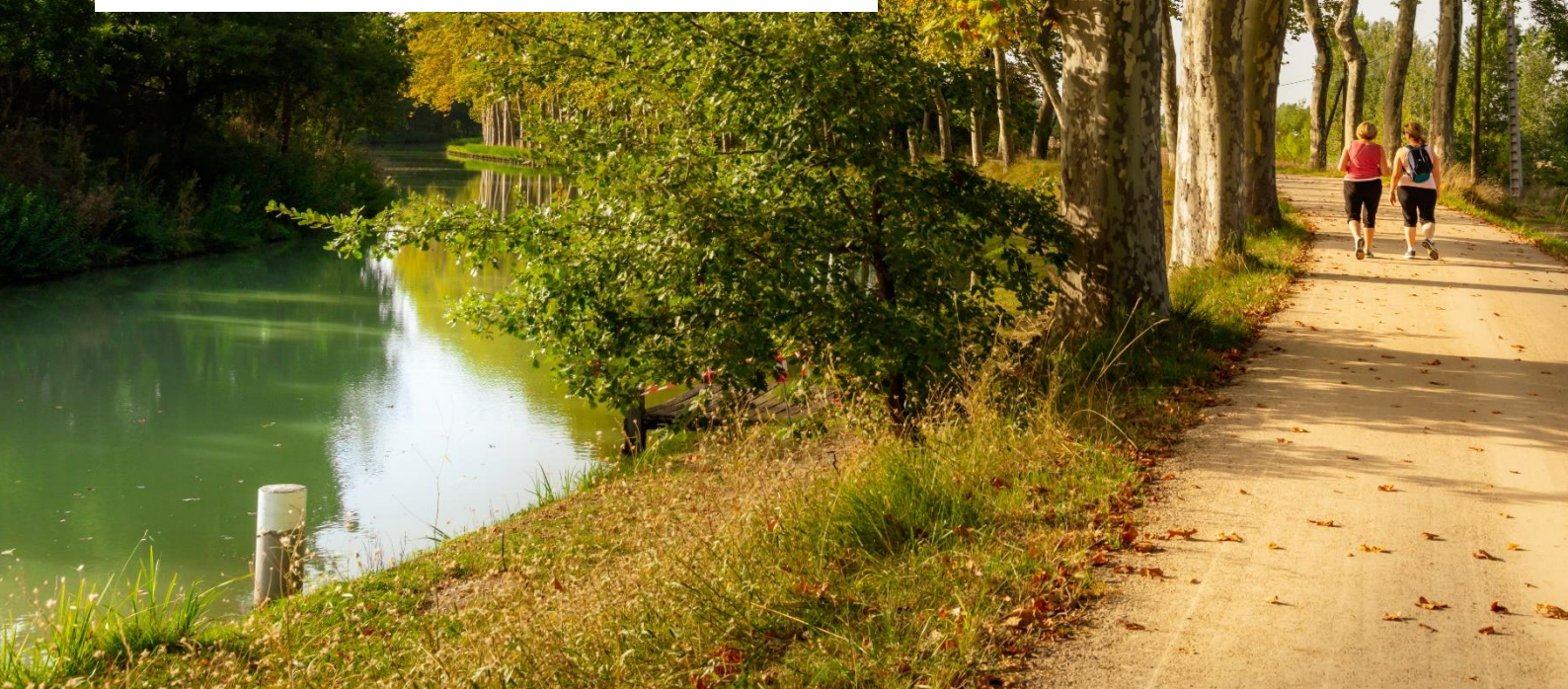


PLAN D' ACTIONS

2023

ANNEXE DE LA CONVENTION
D'OBJECTIFS 2023



15 FEVRIER

LAURAGAIS TOURISME

— ✻ —
LE COMPTOIR
D'ISATIS
— SPÉCIALITÉS RÉGIONALES —

 LAURAGAIS
TOURISME
Au cœur du midi toulousain

VUE D'ENSEMBLE DU PLAN D'ACTION

À la suite du changement de direction fin 2022, le plan d'actions 2023 proposé constitue une continuité dans la stratégie déployée au préalable. Il servira de base pour un plan d'actions stratégique plus marqué et innovant sur 2024.

LES ANIMATIONS ET VISITES GUIDÉES

Programme 2023

Animation touristique territoriale	Programme proposé de 26 dates d'animations et visites
Nouveautés 2023	
Se former et créer de nouvelles visites guidées contée / rallye nature et des animations pour Noël	1 visite contée RandoNature 1 rallye Nature 2 animations Noël
S'inscrire dans les événements locaux ou nationaux	Semaine du climat Fête de la Nature Semaine de l'environnement Journées Européennes Du Patrimoine
Etoffer l'offre loisirs avec des créations « Lauragais Tourisme »	Exploitation de l'escape game (sous réserve d'un lieu d'exploitation approprié) et autres jeux

Formations

Création d'une visite contée Par l'agence Cybèle de Lyon	Les 23 et 24 mars / suivie par l'équipe animations-visites guidées
---	--



LA BOUTIQUE

Développer le volet commercial des offres professionnelles	Développer le volet privé et conforter le volet public Conforter un positionnement de la boutique dans un environnement de plus en plus concurrentiel Communication (catalogue et réseaux sociaux) Etude de faisabilité de box « Geste d'Accueil » pour les hébergeurs
Animer les réseaux de communication grand public	Fidéliser la clientèle existante Développer un programme d'animation annuel
Consolider les liens avec les producteurs présents en boutique	Améliorer la connaissance des fournisseurs boutique par des visites sur site. Créer un moment convivial avec les fournisseurs pour renforcer les liens et maintenir la relation de confiance.
Parcours client	Travailler sur le parcours client au sein de la boutique Améliorer le conseil client Créer des ambassadeurs et consommateurs avec les salariés du village des marques : organiser une déclinaison au sein de la boutique

Objectifs financiers

Maintenir le chiffre d'affaires prévu au budget et la part d'autofinancement de l'OTI, et étudier les évolutions possibles pour permettre une exploitation optimisée de l'outil boutique.

LA COMMUNICATION

Editions

Mise à jour du guide touristique	Proposer une information fiable et actualisée
Compléter la collection des visites en autonomie	1 flyer prévu sur le Canal du Midi
Création d'une carte touristique	Offrir une information attractive et en lien avec l'expérience client

Discours promotionnel commun pour les socio-professionnels sur la destination

Création d'une stratégie de communication à l'échelle d'un territoire	Alimenter le blog professionnel et mise en place d'un kit communication pour uniformiser l'image portée du territoire par les professionnels en accord avec notre marque de territoire
---	--

Plan de communication 2023

Identité de territoire	Création de photos, vidéos et supports promotionnels de la marque de territoire
Personnifier le territoire	Interviews et mise en avant des acteurs du territoire
Réseaux sociaux	Augmenter le nombre d'abonnés et d'interactions

Développement du site Internet

Suivi du développement du site Internet	Création des itinéraires touristiques sous forme de storytelling
Valorisation du contenu	Revoir la structure de certaines parties du site pour faciliter la navigation et augmenter le taux d'engagement

Actions presse

Accueil presse	Réaliser des accueils presse pour valoriser la destination
Actualisation des supports	Dossier de presse et communiqués

LE SERVICE RÉCEPTIF

Scolaires

Promotion des offres	Mise à jour des offres et action de mailing et phoning
----------------------	--

Objectifs

Groupes loisirs	Mise à jour des brochures
Groupes affaires	Maintenir le CA selon BP Développer clientèle affaire
Professionnels du tourisme	Proposer des Eductours à destination d'opérateurs de voyages spécialisés selon les initiatives du CRTLO et CDT

Objectifs financiers

Maintenir le chiffre d'affaires prévu au budget et la part d'autofinancement de l'OTI.

LA TAXE DE SEJOUR

Communiquer avec les mairies	Diffuser l'information en participant aux réunions bimensuelles des secrétaires des mairies pour apporter du contenu actualisé
Communiquer avec les partenaires hébergeurs	Création de vidéos en format court sur les thématiques majeures pour apporter l'expertise aux hébergeurs (fonctionnement de la TS, Cerfa, démarches, ...)
Optimiser la collecte de la TS	Optimiser l'identification des hébergeurs sur les plateformes commerciales non déclarées.

LES MISSIONS RÉGALIENNES

Définir stratégie des plans d'actions 2024-2025

Contribution à la stratégie de développement touristique du territoire	Définir des axes opérationnels en lien avec le Schéma de Développement Touristique
Proposition d'un plan d'actions	Atteindre les objectifs définis sur le plan d'actions 2023-2026 en définissant le plan de charges et les objectifs individuels et collectifs

Adaptation de l'organisation 2023

Etat des lieux	Etablir une proposition d'organisation interne performante
Etude d'évolution des locaux	Sollicitation d'un architecte pour réaliser un avant-projet sommaire et la faisabilité d'un regroupement des services sur un seul plateau.

PARTENARIATS

SICOVAL	Proposer des actions dans une démarche gagnant-gagnant en 2023
CANAL DU MIDI	Suivre les évolutions et s'intégrer dans la démarche de développement
PATRIMOINE ET MOULINS	Participer aux réunions et être force de proposition dans le cadre du projet. En 2023, arbitrage de la communauté de communes sur la mise en tourisme ou non de cet équipement.