



Stratégie de positionnement du CDT Meuse vers les « Pros »

19 mai 2011





La Meuse

- Un département rural
- De l'Est
- Naturellement non touristique sauf :
- VERDUN

Mais :

- Au sud de ...
- Proche de zones urbaines
- 190.000 ha
- 35% de forêts
- La Meuse et les canaux,
- Verdun 450.000 visiteurs
- Un patrimoine parmi les plus riches de l'est
 - *Un nombre de prestataires limité permettant le développement d'un modèle qui n'est pas applicable partout*





Un constat :

- Un tourisme désorganisé
- Des offres majeures ayant du mal à s'adapter au temps qui passe
- Des problèmes sur des prestations en difficulté
- Un tourisme désorganisé qui se satisfaisait de cueillette
- Des problèmes de compétences de prestataires

Un objectif :

atteindre des seuils en termes de compétences, de qualification d'offre, d'organisation, adaptés aux besoins



Une philosophie

Que chacun :

- Améliore ses compétences
- S'inscrit dans un réseau
- Que le CDT, outre ses missions traditionnelles, et ses partenaires s'inscrivent comme
 - **Un canal d'information et de distribution** performant
 - **Un animateur** de l'organisation et des savoir faire
 - **Un garant de la qualité des outils** mis à disposition de tous

Au cœur :

*Satisfaire le **CLIENT** pour prendre notre place dans la concurrence*



Quelle stratégie ?

- **Appuyer des prestataires** isolés ou en réseau
- Organiser : Les **DESTINATIONS**
 - disposant d'OT classé en animation d'un PROJET
- Soutenir le développement de l'offre : **ACTE**
- Un outil d'action : le **WEB**
 - Outil de communication et promotion
 - Outil de réseau et de mobilisation
 - Outil de distribution

Objectif :

multiplier les canaux d'information et de distribution efficaces



Prestataires/OT

- Par le WEB, action sur la capacité professionnelle
 - Diagnostique
- OU
- Intervention en situation de crise ou en amont de la conception d'un site internet
- Mise à disposition d'outils partagés
- Etablissement d'un Plan de Progrès individuel
 - Accompagnement au développement
 - Ecriture
 - Connecteurs (Distributeurs)
 - Savoir faire sur la NOTORIETE

•Moyens :

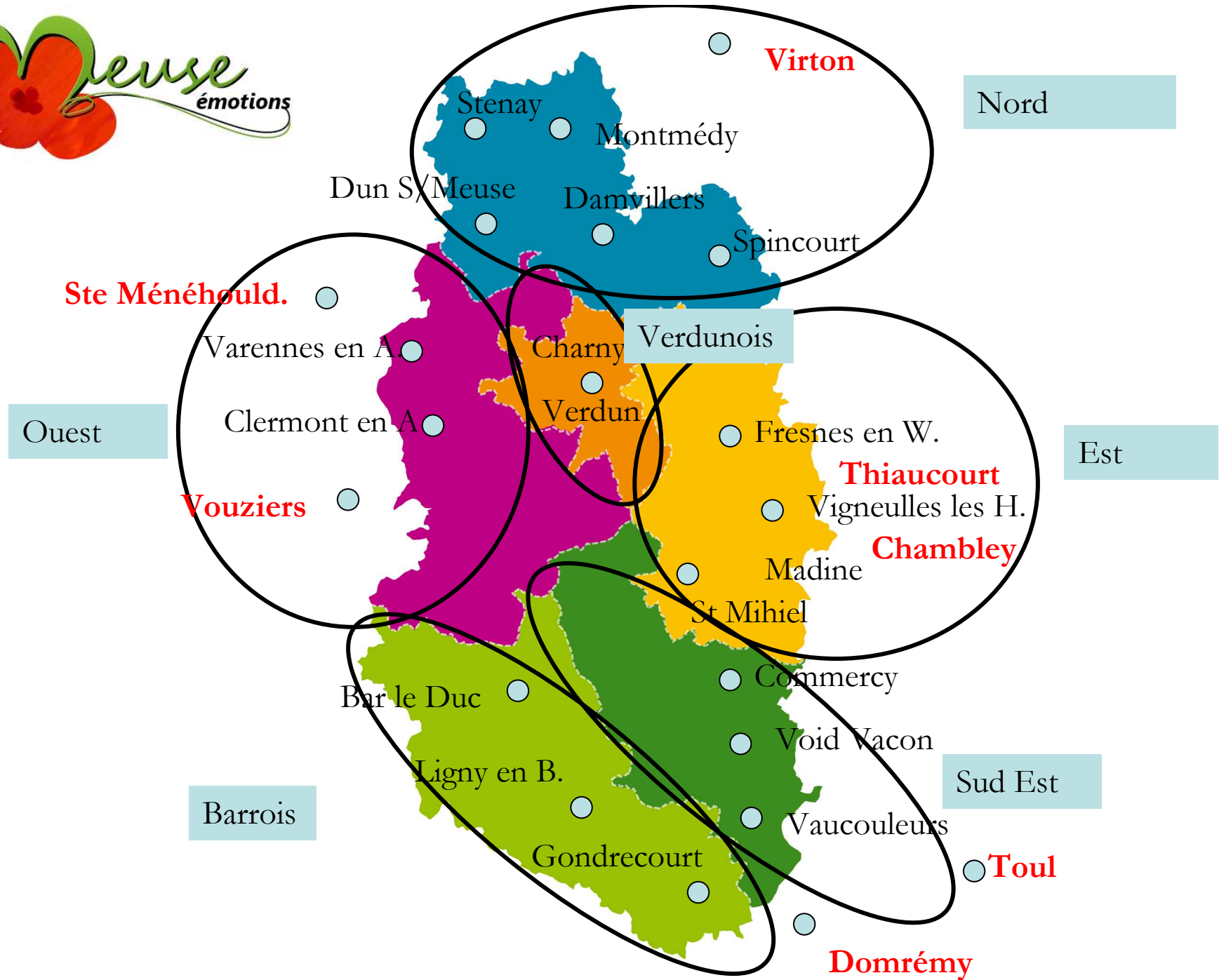
4 personnels (BDD, Web réseau, formation et marketing, E Marketing)



Territoires/Prestataires/OT

- Appui à l'organisation en DESTINATION :
 - **Perçue** comme un lieu de vacances (IMAGE)
 - **Vécue** (OFFRES ET SERVICES)
 - Préalables :
 - Estimer la **pertinence** par
 - une étude MARKETING :
 - » Perçu : Les mots clés extraits du Web (CDT)
 - » Vécu : Interviews en Face à Face (AMO)
 - un état des lieux
 - Etablir la **géographie** et le positionnement de la Destination
 - Soumettre une **stratégie, un plan d'actions, une gouvernance et une animation par destination**

Le CDT en animateur des travaux accompagné d'une AMO





Prestataires

- Par le web, soutien à la construction d'une offre « économiquement viable »
 - Dossier A.C.T.E.
 - L'idée
 - Le carnet de PROJET : l'ensemble des facteurs à approcher dans un projet
 - Le carnet de ROUTE : la mise en œuvre
 - Usage aussi de rencontres directes

2 agents du CDT en Ingénierie (le cas échéant appel à des compétences externes)



Territoires/Prestataires/OT

- Suivi et Développements

Mobiliser par le web :

- Colloque web tourisme Est
- Un SAV Web (permanence)
- Formation de « correspondants Web » dans les OT



Positionnement du CDT : Une stratégie de mobilisation : les « Influenceurs »

Destinations, mise en oeuvre : embauche d'un préfigurateur piloté par les élus accompagnés du CDT



Mutation des métiers du tourisme au service des « Pros »

- Développer les services et les outils
 - Assurer la continuité des évolutions des solutions
 - Mutualiser pour mieux conduire les projets, piloter les fournisseurs
 - Passer les « frontières »
- Mobiliser le personnel, partageant les enjeux, conscient de sa place :
 - Management interne en 3 pôles
 - Développement des compétences
- Dépasser les « Peurs » et organiser la compétence
 - Un contexte en mutation



Pôle GRC

BDD Webmaster Coord.

Accueil/Doc/Editions

E Marketing

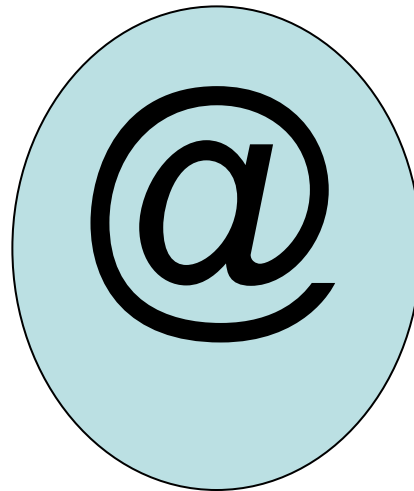
Coaching web

Mobilisation offre/Plateforme

Direction

Adjointe Direction

Secrétaire Direction



Pôle Ingénierie

ODT/ACTE/Porteurs

Niches/Opé. spéciales

Outre ses missions traditionnelles

Pôle Production/Promotion

Coord. GB

Production/Promotion D

Production/Promotion B

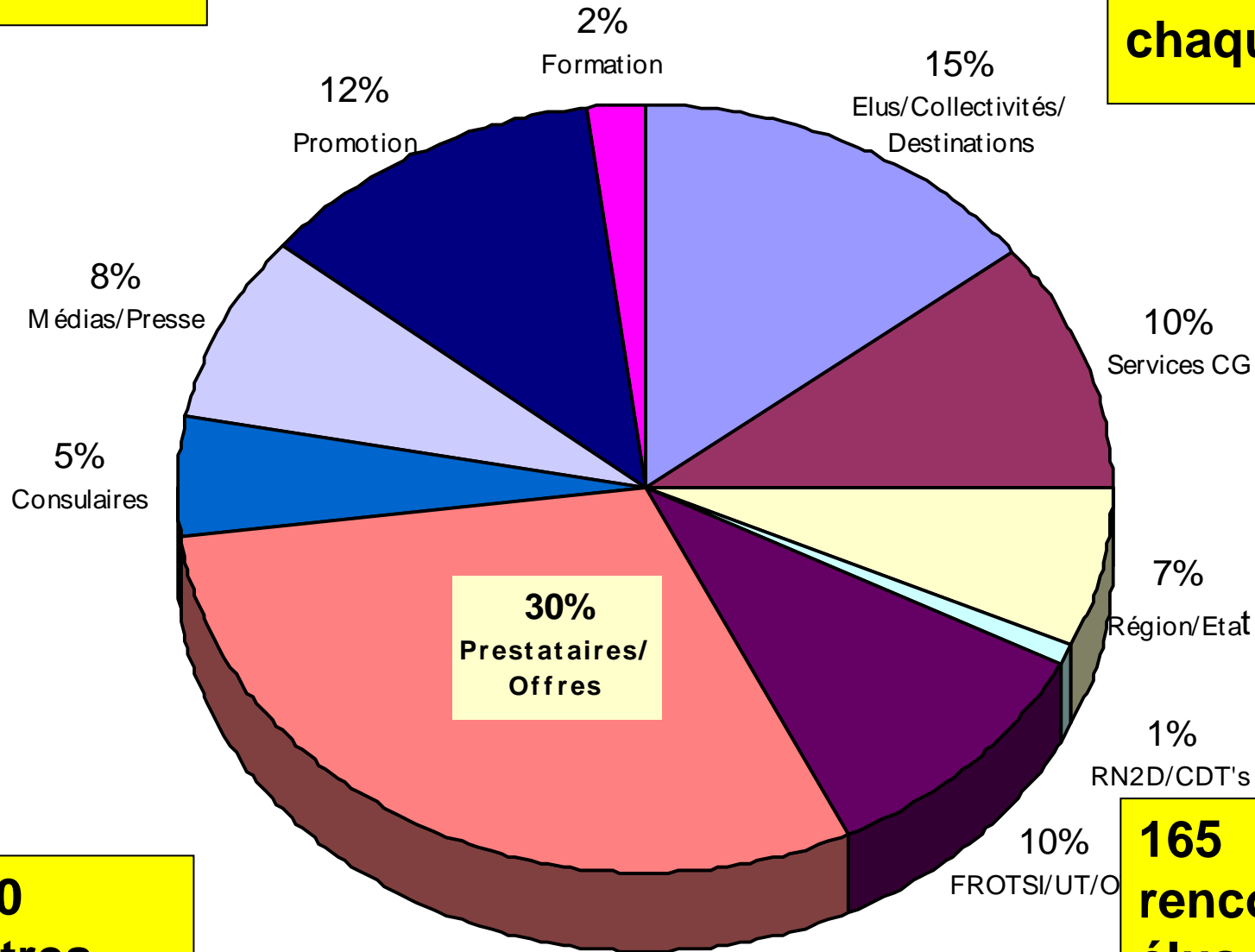
Production/Promotion/Presse

Le CDT organisé autour du Web

**1132
Réunions et
déplacements**

Déplacements et réunions - CDT Meuse 2010

**3,5
personnels
du CDT
chaque jour**



*Le
CDT
en
appui
au
terrain*

**100.000
kilomètres
en 2010**

**165
rencontres
élus et
Destinations**



Articles :

« *Meuse : une nouvelle logique territoriale* »
Gazette Officielle du Tourisme N°2098,
février 2011

« *Mutations des moyens et des métiers au service
du client* » Juristourisme N°131, mai 2011

Merci de votre attention

www.tourisme-meuse.com

03 29 45 78 40