RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Contrats de destination Occitanie

OCCITANIE

Les contrats de destination ont pour but de fédérer les acteurs du tourisme, publics et privés, au-delà des périmètres administratifs, autour d'une même marque de territoire et de proposer une offre mieux structurée et plus visible sur le plan international.

Les 8 contrats de destination pour la région Occitanie :

- Le Canal du Midi
- Côte Méditerranée – Occitanie
- Lourdes
- Montpellier
- Toulouse
- Lot– Aveyron - Lozère
- Pyrénées
- Sud-Ouest (avec la région Nouvelle-Aquitaine)
- Vallée de la Dordogne (CDD piloté par CRT Nouvelle-Aquitaine)

Le Canal du midi

Contrat de destination de marque internationale

Objectifs à atteindre :

Développer l'économie de toutes les activités touristiques fluviales et fluvestres dans une approche de tourisme durable et responsable préservant l'ouvrage UNESCO.

Côté Méditerranée – Occitanie

Une mer active et sécurisée qui se décline en différentes tonalités d'ambiances, d'univers et d'arrière-pays.
Contrat de destination de marque internationale
Objectifs à atteindre :
- Développer les ailes de saisons auprès des clientèles européennes
- Repositionner l'image du littoral face à la concurrence

Lourdes

Une porte d'entrée spirituelle et naturelle vers les Pyrénées.
Contrat de destination de marque internationale
Objectifs à atteindre :
- Enrichir l'image et développer l'offre « grand tourisme » de la destination pour conquérir de nouvelles clientèles tout en consolidant la position de place forte internationale de tourisme de spiritualité.
- Diversifier les activités proposées afin d'attirer un public autour de son patrimoine culturel et naturel, de son potentiel sportif et de son ancrage au cœur des Pyrénées.

Montpellier

Conjuguer la Ville – la Vigne et la Mer en mobilité douce.
Contrat de destination de marque internationale
Objectifs à atteindre :
- Développer une offre additionnelle à l'expérience city break et donner la possibilité d'augmenter la durée du séjour (5 - 6 jours)
- Rapprocher le vignoble en proximité immédiate de Montpellier et proposer de s'approprier symboliquement le vin comme accès à la nature et à la culture complété par la dimension balnéaire.

Toulouse

Une approche touristique durable en associant l'offre urbaine et l'offre des sites alentours.
Contrat de destination de marque internationale
Objectifs à atteindre :
Dépasser la vision du city break et faire de Toulouse et des sites limitrophes une destination à part entière avec un objectif de séjour étendu de 4 à 6 nuitées minimum sur un périmètre à 1h autour de Toulouse en train.

Aveyron - Lot - Lozère

Activités de Pleine Nature et Itinérances douces accessibles à tous.
Contrat de destination de marque internationale
Objectifs à atteindre :
Créer un espace de pratique d'Activités de Pleine Nature d'excellence : L'itinérance et le multi-activité à portée de tous au cœur d'un décor exceptionnel pour les différentes pratiques.

Pyrénées

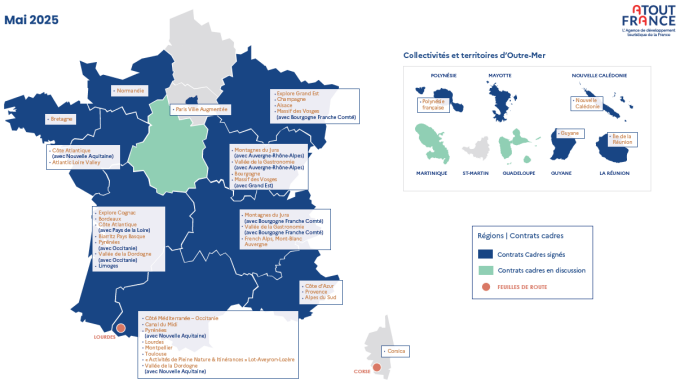
Une extraordinaire et formidable diversité de paysages, mais aussi de cultures, de langues, d'ambiances et de climats.
Contrat de destination de marque internationale
Objectifs à atteindre :
Faire de la promotion des Pyrénées à l'échelle massif, y compris dans sa dimension transfrontalière, un levier de création de valeur pour l'ensemble de ses territoires avec comme fil rouge du contrat : la construction d'une nouvelle image de marque pour la destination Pyrénées.

Sud-Ouest

La marque de destination déployée sur les départements du Gers, du Tarn-et-Garonne et du Lot-et-Garonne souligne une destination dotée de paysages variés, d'un art de vivre, ayant une identité culturelle fort avec un esprit convivial et festif.
La destination s'appuie sur 4 axes prioritaires : expérimenter un tourisme plus riche et authentique, prendre le temps de découvrir la destination, favoriser les mobilités douces, pratiquer une forme de tourisme durable.
Objectifs :
- S'appuyer sur la notoriété internationale de la destination pour toucher de nouvelles cibles de clientèles internationales (co-branding)
- Identifier, structurer, accompagner, promouvoir l'offre
- Développement de l'annualisation de la fréquentation (notamment ailes de saison). S'appuyer sur le nom de la destination pour renforcer une croissance de flux touristiques en dehors périodes de forte fréquentation

Vallée de la Dordogne

Contrat de destination piloté en collaboration avec le CRT Nouvelle-Aquitaine
18 partenaires touristiques des régions Nouvelle-Aquitaine et Occitanie, unis pour faire rayonner la Vallée de la Dordogne.
Contrat de destination de marque internationale

Objectifs à atteindre :
- Internationaliser la destination et diversifier les clientèles européennes
- Valoriser les formidables atouts touristiques de la Vallée de la Dordogne auprès des clientèles britanniques, néerlandaises et belges notamment

Carte des contrats cadre et contrats de destination