

RESEAU DES OTSI DU LEVEZOU
ACCOMPAGNEMENT ADEFPAT POUR LA DEFINITION D'UNE STRATEGIE DE
COMMUNICATION PARTAGEE

COMPTE- RENDU SEANCE N° 7 22 OCTOBRE 2009

Présents : Christine Rousseau (OT Salles Curan), Philippe Bonvalot (SI Rando Monts du Lévézou), Anne Desonai (Gîte de séjour et membre de l'OT), Anne Rostand-Coutouly (consultante), Carole Alet (OT), Sandrine Colonges (SI Villefranche de Panat), Jean-François Trichard (président OT), Esther Lévine (SI Pont de Salars), Guy Soulié (association la Terrasse des Grands Causses et professionnel)

1- PRESENTATION DES RESULTATS BRUTS DE L'ETUDE CLIENTELE

Premiers résultats bruts présentés et commentés (378 questionnaires) ; de nouveaux traitements seront réalisés dans les semaines à venir : questions ouvertes, réponses multiples, représentativité de l'échantillon, ratio de budget par personne, etc... ainsi qu'une synthèse des principaux enseignements à intégrer pour les actions de communication à venir.

2- PRESENTATION MAQUETTE DOCUMENT D'APPEL

Le format sera 1 A5, avec 4 volets.

Plusieurs remarques sont faites :

- Trop de petites images qui font perdre en lisibilité.
- Faire ressortir la notion de grandeur de l'infiniment petit à l'infiniment grand. Essayer de garder à l'intérieur du document l'idée du panorama
- Mettre des photos plus locales
- Présence humaine sur photos : élément positif de la maquette
- Bel assemblage de couleurs
- Page de couverture : remonter « Lévézou » en haut de page
- Dernière de couv : carte France, Aveyron, Lévézou ; Plan d'accès ; Indiquer les temps de trajets depuis Montpellier, Clermont, Albi, Cahors, Toulouse ; coordonnées OTPL et cartouche site internet
- Plusieurs thématiques :
 - Page A et B : thématique dominante : nature et eau
 - Page C : L'effet paysages /panoramas
 - Page D : L'effet eau (baignade, pêche, activités nautiques)
 - Page E : L'effet randonnée/activités
 - Page F : L'effet patrimoine/visites de villages/découverte territoireFaire ressortir au travers de tout cela le côté convivialité, détente, douceur de vivre.

Slogan : à reprendre en couv. La question va être posée aux professionnels du territoire : ils devront choisir entre « L'effet fou » et « effet doux ».

Une rencontre est prévue avec le graphiste le 5 novembre à 14h à la Mairie de Pont de Salars (salle de réunion 1^{er} étage).

3- REPARTITION DES TACHES / MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE COMMUNICATION

Voir tableau ci-dessous.

Pour avancer sur la mise en œuvre du plan de communication, des binômes de travail ont été constitués pour étudier la faisabilité et faire l'ingénierie des principales actions définies (8 actions), ne pouvant être pilotées uniquement par l'OT de pôle. Les binômes devront se concerter pour pouvoir présenter au groupe **le 3 Décembre** (séance N° 9), une première version de la fiche action (cf modèle proposé ci-après).

Ces binômes de travail viennent compléter et préciser les groupes en cours de constitution par le SIVOM dans le cadre de la réflexion sur la taxe de séjour (organisation touristique locale / aménagement des villages / promotion / animation)

4- PROCHAINE SEANCE

La prochaine séance (**Jeudi 12 Novembre**) sera consacrée à l'élaboration d'un cahier des charges pour la révision du site internet levezou-viaur.com, ainsi qu'au rendu plus complet et synthétique des résultats de l'étude clientèle.

RESEAU DES OTSI DU LEVEZOU
DEFINITION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION PARTAGEE
FICHE ACTION

Action :	Binôme de responsables :		
Rappel objectifs et cibles:			
Informations préalables récoltées <i>diagnostic de l'existant sur le territoire, autres expériences similaires ailleurs, cadre réglementaire, contact interlocuteurs, etc...</i>			
Autres informations à rechercher :			
Descriptif de l'action envisagée sur le Levezou <i>organisation logistique, fournisseurs, supports de communication, champ de déploiement, etc...</i>			
Etapes de réalisation			
Etape 1 :	Date :	Etape 3 :	Date :
Etape 2 :	Date :	Etape 4 :	Date :
Partenaires principaux :			
Evaluation budgétaire :			

REPARTITION DES TÂCHES

N°	Action	Binôme responsables
1	Repérage d'un évènementiel sur le territoire ayant un potentiel de développement et susceptible de constituer un « porte drapeau pour le territoire » ; accompagnement pour le développement de l'évènement et pour en faire une occasion majeure de communication sur le territoire	Ester Lévine et Pierre Guibert
2	Mise en place d'un politique de cadeau de bienvenue pour les touristes en long séjour : à négocier avec producteurs locaux, et mobiliser les hébergeurs pour co-financement	Christine Rousseau, Anne Desonai
3	Organisation (Décembre 2009) d'une commission tourisme du SIVOM (40 à 50 élus présents) avec : <ul style="list-style-type: none"> - présentation des résultats de l'étude clientèle et impact économique réalisée en 2009 - Illustration de l'activité touristique par quelques initiatives exemplaires - Témoignage d'un élu (plutôt extérieur à l'Aveyron) ayant favorisé le développement du tourisme sur son territoire 	Carole Alet, Jean-François Trichard
4	Révision de la signalétique d'accès au territoire : diagnostic de l'existant, concertation avec les services concernés (CG / DDE)	Julien Auré, Esther Lévine, Carole Alet
5	Mise en œuvre d'une collaboration avec Micropolis pour renforcer le lien entre le produit d'appel et l'ensemble du territoire : <ul style="list-style-type: none"> - Communication sur site - Renforcement des relations presse en collaboration et avec l'appui du CDT (dossier de presse commun) - Démarchage commercial vers voyagistes et agences à partir d'une offre produits à construire 	Lidwine Raymond, Frédéric Jaladeau, Carole Alet
6	Organisation d'un concours photos ouvert aux résidents et aux touristes (+ expo des photos année précédente) ; en définissant une thématique spécifique; lots commerçants et prestataires ; Et développement de la collection de cartes postales et des points de vente	Sandrine Colonges et Philippe Bonvalot
7	Approche spécifique vers la cible des familles : <ul style="list-style-type: none"> - Page dédiée site internet - Animation (concours dessin ou catégorie spéciale du concours photo, tirage au sort,) 	Carole Alet et Guy Soulié

	- Mise en valeur spécifique des réductions familles	
8	Approche spécifique vers la cible des pêcheurs <ul style="list-style-type: none"> - Presse spécialisée (annonces ou rédactionnel), - Mobilisation de personnalités et associations locales, - Contact fédérations/clubs (mailings), - Développement évènementiel, - Elaboration produits, - Développement hébergements thématiques et services spécifiques 	Vincent Vermorel et Christine Rousseau