

POLITIQUE STRATEGIQUE DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL DE CAEN LA MER

Le projet touristique et la politique stratégique associée ne doivent être pensés qu' au travers d'une seule volonté, celle de construire un territoire touristique permanent : on ne se décrète pas région touristique, on se donne les moyens de le devenir et de le construire.

1) Accueil

❖ Accueil de l'OT :

- Assurer un accueil qualifié (*classements, labels, MQT..*), permanent et adapté (*aux besoins, aux publics, au territoire*)
- Organiser un accueil rationnel et mutualisé sur l'ensemble du territoire
- Assurer un accueil avant, pendant et après le séjour en diversifiant les modes de contact
- Développer un intranet de séjour efficace et adapté
- Assurer la professionnalisation des équipes
- Augmenter l'indice de satisfaction de notre clientèle et de nos prestataires et le faire progresser dans le but de fidéliser
- Développer la boutique
- Généraliser l'utilisation de la base de données *Tourinsoft* comme support de l'information touristique

❖ Accueil sur le territoire :

- Faire des lieux d'accueil des vitrines emblématiques du territoire, créatives et novatrices
- Prévoir le déménagement du BIT de Caen
- Repenser l'organisation des BIT actuels (Côte + Troarn)

2) Promotion et communication

- Définir, identifier et véhiculer la nouvelle identité touristique du territoire « Caen la Mer » au travers des outils de communication usuels (*print, numérique...*) sur nos cibles de clientèles habituelles, sans oublier la population locale, 1^{ere} consommatrice du territoire
- Valoriser le territoire au travers de 5 thématiques majeures que sont le tourisme littoral, le tourisme urbain, le tourisme vert, le tourisme de Mémoire et la gastronomie



- Décliner ces 6 thématiques majeures en filières prioritaires :
 - Tourisme littoral :
 - Le balnéaire (*vélo, activités, manifestations, casino, thalasso...*)
 - La dimension maritime du territoire (*porte littorale BAI, développement des croisières*)
 - Le nautisme
 - Tourisme urbain :
 - Histoire & Patrimoine
 - Gastronomie
 - Évènementiel
 - Shopping
 - Tourisme vert :
 - Les parcs et jardins
 - Les espaces naturels
 - Loisirs nature
 - Tourisme de mémoire :
 - La plage de *Sword Beach*
 - Les musées, le Mémorial, Pegasus....
 - Le Soldat Léon
 - Les sites réels
 - Tourisme familial
 - Offre de loisirs adaptée
 - Évènementiel, animations sur le territoire
 - Offre adaptée sur le territoire et politique tarifaire en conséquence
 - Gastronomie :
 - Les marchés (*Go Trade*)
 - Les produits/producteurs
 - Les artisans, métiers de bouche
- Adapter notre discours aux attentes du public, plus en recherche d'expériences que de « listes » d'activités (*site expérientiel, carnets des « 10 »...*)
- Développer les relations presse à l'échelle du territoire (*échelle nationale et internationale*)
- Développer la représentation de la destination auprès des professionnels (*éductour, démarchages, salons...*)

Stratégie Touristique OTc – Validée le 12/12/17

Rédigée par Emmanuelle Hardouin



- Développer les actions à destination du grand public en rationalisant les supports et les moyens (*salons, achats d'espaces, opérations de communication, partenariats...*)

3) Animer & fédérer les socioprofessionnels

- Proposer une visibilité aux socioprofessionnels aux travers des supports de communication de l'OTc
- Animer le réseau de prestataires pour les motiver à devenir co-acteur du Tourisme local (en reproduisant les démarches qualité initiées par l'OT)
- « Outiller » les socioprofessionnels pour leur permettre de véhiculer une image commune et maîtrisée de la destination (*photos, vidéo, internet pro récatif...*)
- Former les acteurs à une meilleure connaissance du territoire (eductour) et au numérique appliqué au Tourisme

4) Commercialisation

- Développer et diffuser de nouveaux produits pour les individuels
- Assurer la commercialisation des offres du territoire
- Développer les billetteries et harmoniser les partenariats
- Développer et diffuser de l'offre groupes (auprès des TO)
- Diffusion de notre offre groupes auprès des prestataires locaux
- Développement du CA et de la consommation sur le territoire
- Faire progresser la destination en matière de Tourisme d'Affaires

5) Animations & animation du Patrimoine

- L'OTc, référent en terme d'animation du Patrimoine : visites guidées, circuits touristiques, petit train...
- L'OTc gestionnaire de la base de données de création de circuit de la Communauté urbaine : base de déploiement de multiples circuits (*cinéma, moulins, points de vue..*)
- L'OTc, acteur de la promotion, de la communication et de la commercialisation des manifestations organisées par des tiers sur le territoire
- L'OTc, référent pour coordonner tout évènement, transversal et non local, en lien avec le dimensionnement et les filières prioritaires du territoire



6) Observatoire

- Evaluation des actions de l'OTc
- Observation et analyse des tendances et des comportements des visiteurs

7) L'OTc, acteur de l'organisation de la destination

- Participer au schéma directeur du territoire dans son volet touristique en réfléchissant et anticipant l'expérience client (*signalitique claire et efficace, mobilier urbain uniforme..*) : l'OTc devant devenir une structure qui participe aux côtés de la CU mais également des communes individuellement aux réflexions et aux travaux ayant des incidences sur l'image et le développement touristique.
- Travailler aux côtés des acteurs du transport pour faciliter les déplacements intra Communauté urbaine (*entre villes, entre sites, sur le canal, de Caen vers la côte et vis versa..*) ainsi que sur les portes d'entrées du territoire (gare, aéroports, gare maritime et routes d'entrées sur la CU)
- Développer l'axe canal pour qu'il devienne la colonne vertébrale de notre territoire dans son approche touristique (*sports, nautisme, nature, vélo, culture viking, 2^{de} Guerre Mondiale...*)
- Redonner au Château son attrait touristique (*organisation du lieu, animation estivale quotidienne...*)
- Réaffirmer le positionnement du territoire au sein des réseaux touristiques départementaux, régionaux et nationaux
- Faire de la qualité un levier de développement du territoire ; l'OTc est promoteur de la qualité mais il doit également en être le garant (*rapprochement avec AirBnb...*)

