

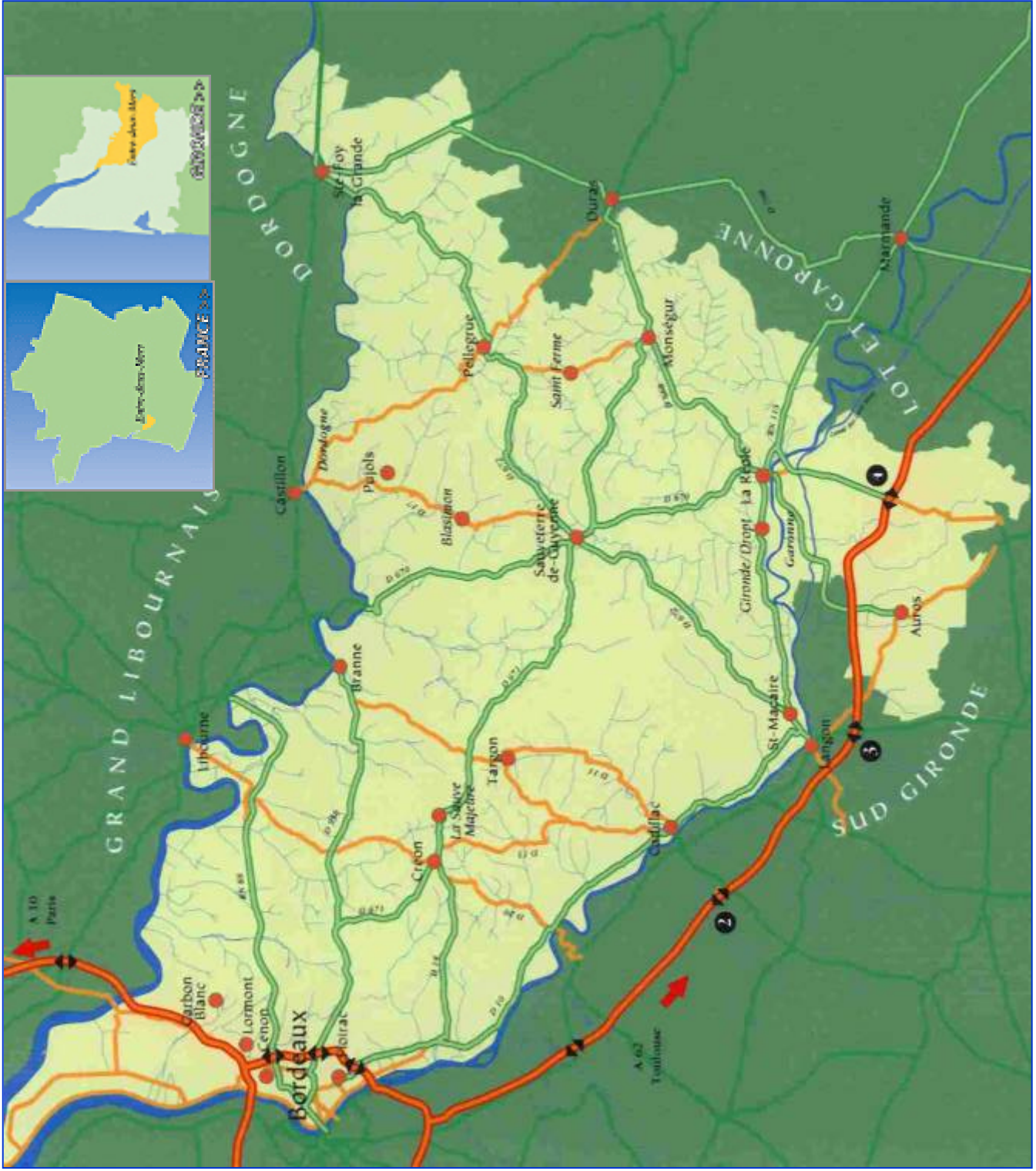
Pays Carcassonnais

Structuration et mise en réseau touristique :
journée d'étude en Entre-deux-Mers.

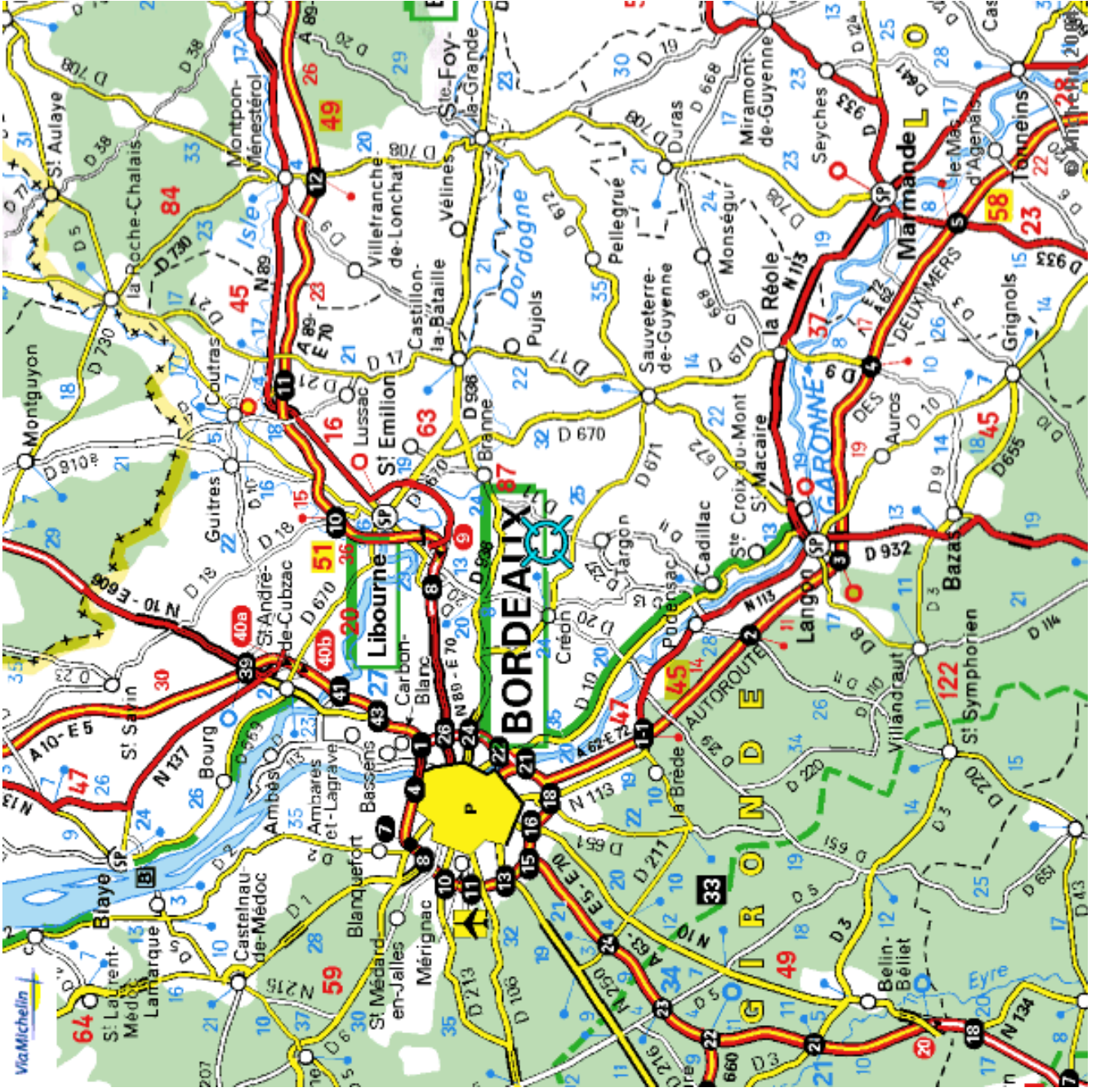
Vendredi 09 janvier 2009



L'Entre-deux-Mers : Situation et données de cadrage.



Situation.



Données de cadrage.

- 1 300 km² (environ 12% de la superficie du département de la Gironde.)
- 158 communes
- 12 Communautés de Communes
- 3 Syndicats Mixtes de Pays (loi LOADT du 25 juin 1999)
- 100 000 habitants
- 2 600 lits touristiques marchands représentant 1.6% de l'offre de la Gironde
- 260 adhérents au Pays Touristique
(hébergement, restaurants, produits du terroir, viticulteurs, lieux de visite, activités de pleine nature...)

*1) Présentation du Domaine de Malagar.
(Brice Mollereau).*



Visite Saison culturelle Scolaire Maisons d'écrivain Ressources Librairie A savoir Contact



Visite

Accès | Horaires | Tarifs | Restaurants

Version imprimable



La Presse



*2) Genèse de la mise en œuvre
de la compétence tourisme en Entre-deux-Mers.
(Bernard Dussaut, Jean Luc Boulin).*

...HAUT - ENTRE - DEUX - MERS

LE TOURISME VOUS CONCERNE...

TOURISME
UNE BALANCE COMMERCIALE POSITIVE

Le tourisme, c'est actuellement 12,3% du produit intérieur brut, soit un excédent de 31,5 milliards de francs en 1985.

TOURISME
CONSERVER UN CADRE DE VIE

Pourquoi rattrape-t-on les moins bons classements des sites, pourquoi votre emplacement est-il délaissé, pourquoi à ceux qui veulent de ce cadre de vie, l'implémentation c'est notre région, due de vie que l'on embellit...

TOURISME
UNE VIE COMMERCIALE

Le tourisme est un secteur commercial qui doit être traité comme tel. Les professionnels du tourisme doivent être encouragés à développer leur activité commerciale.

TOURISME
CREATEUR D'EMPLOIS

Malgré les difficultés économiques de ces dix dernières années, le tourisme n'a cessé d'être créateur d'emplois. L'augmentation du plan national est de 32% entre 1975 et 1985 (soit 1 600 000 personnes).

TOURISME
UN MARCHÉ

Le tourisme est un marché en pleine expansion. Les professionnels du tourisme doivent être encouragés à développer leur activité commerciale.

TOURISME
SALON ZONE

Le tourisme est un secteur commercial qui doit être traité comme tel. Les professionnels du tourisme doivent être encouragés à développer leur activité commerciale.

TOURISME
RELAYS

Le tourisme est un secteur commercial qui doit être traité comme tel. Les professionnels du tourisme doivent être encouragés à développer leur activité commerciale.

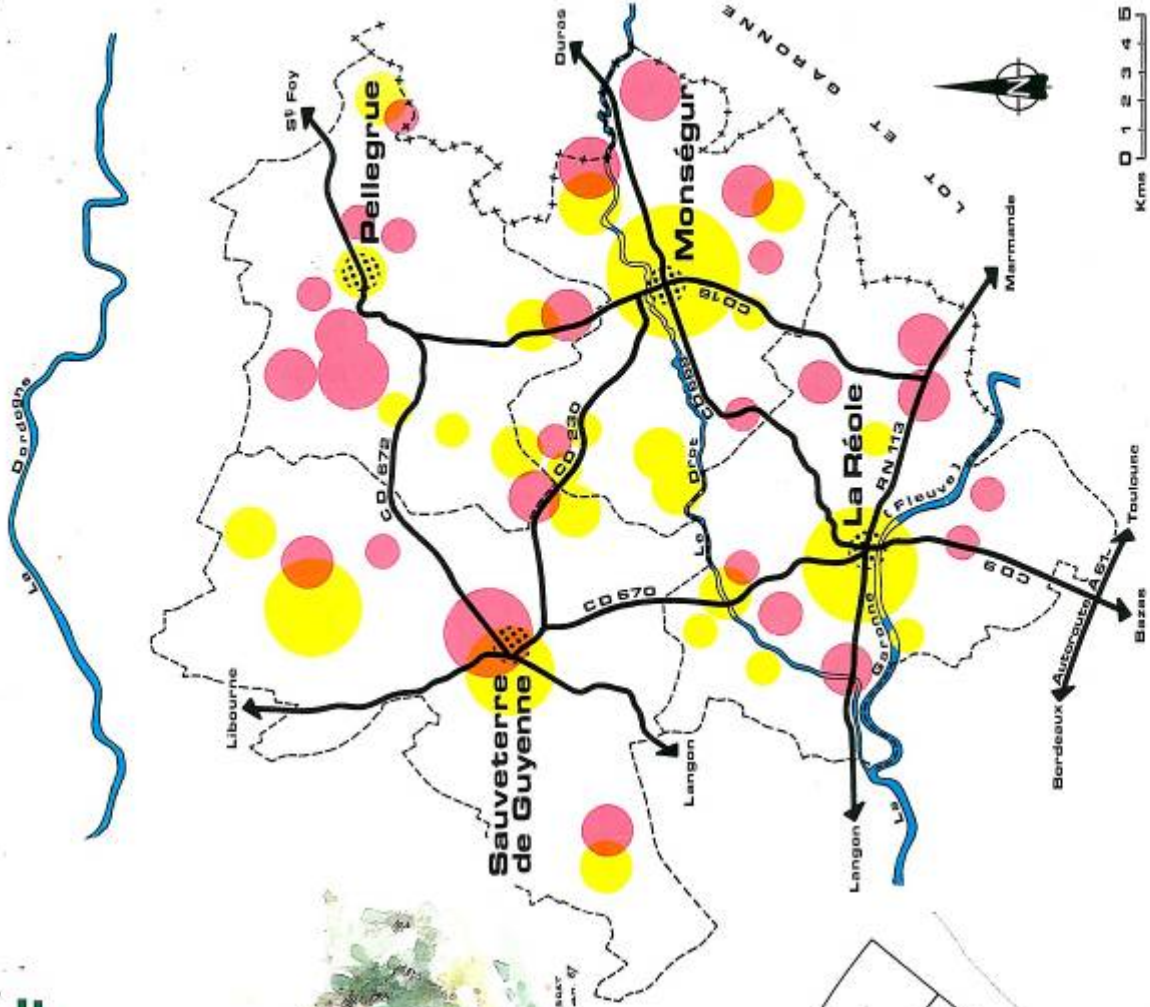
LA RÉOLE - MONSÉGR
PELLEGRUE
SAUVETERRE-DE-GUYENNE



UN PAYS... DES RICHESSES...

BILAN QUANTITATIF

Que peut-on offrir aux touristes ? *ca*



● Animation ● Hébergement / Restauration

| | | |
|-----------|------------|----------------|
| 395 lits | 262 places | 17 |
| hôtels | hôtels | maisons |
| gîtes | hôtels | d'accueil |
| 3 | 32 | 3 |
| places | places | bandes |
| de | hôtels | droites |
| plaisance | collectifs | 1 |
| 1 | 1 | ville |
| 1 | 1 | festivals |
| 1 | 1 | cooperatives |
| 1 | 1 | centres |
| 1 | 1 | de |
| 1 | 1 | travail |
| 1 | 1 | centres |
| 1 | 1 | équestres |
| 1 | 1 | touristiques |
| 1 | 1 | stages |
| 1 | 1 | musique |
| 1 | 1 | internationale |
| 1 | 1 | pièces |
| 1 | 1 | de |
| 1 | 1 | plaisance |
| 1 | 1 | circuits |
| 1 | 1 | cyclotourisme |
| 1 | 1 | circuits |
| 1 | 1 | pièces |
| 1 | 1 | de |
| 1 | 1 | tennis |
| 1 | 1 | sites |
| 1 | 1 | classés |
| 1 | 1 | lacs |

5 Centres d'information
Pas de coordination

QUELLES ETAPES POUR UN CONTRAT ?

Association de cantons

Candidature auprès du conseil régional pour devenir " Pays d'accueil ".

Etude préalable pour vérifier l'opportunité d'un contrat. Constitution d'un diagnostic (atouts, handicaps, objectifs de développement).

Choix d'actions pour la première année, en accord avec les objectifs.

Présentation au conseil régional du projet global.

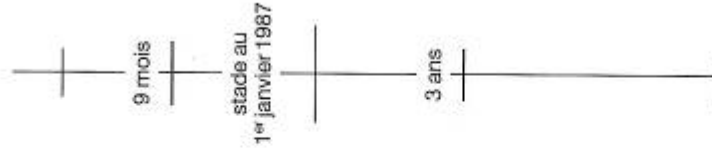
Mise en place des actions de deuxième année.

Signature d'un avenant au contrat, puis réalisation des actions de deuxième année.

Choix des actions de troisième année.

Signature d'un avenant au contrat, puis réalisation des actions de troisième année.

Bilan du contrat



POURQUOI PAS NOUS ?

... Le seul espace touristique capable d'admettre, SANS PRÉJUDICE MAJEUR, un dédoublement de clientèle, est l'ESPACE RURAL.

Les élus, par l'intégration de leurs politiques d'aménagement, d'information, de communication et d'accueil, **déterminent** le devenir touristique de leur commune, leur département ou région.

Un pas est déjà fait dans la participation au développement touristique national... le premier... Mais nous devons apprendre à marcher !

*3) Présentation de l'organisation touristique actuelle
et des étapes intermédiaires franchies.
(Rémi Planton).*

**En
1995**

Haut Entre-deux-Mers

SIVOM de développement local
du Haut Entre-deux-Mers
62 communes

Création et délégation

Office de Tourisme
de l'Entre-deux-Mers
(OTEM)

Coeur Entre-deux-Mers

Syndicat Intercommunal du
Tourisme en Entre-deux-Mers
Bordelais (SITEMB)
15 communes

délégation

Office de Tourisme
du Créonnais

9 communes
du canton de Cadillac

délégation

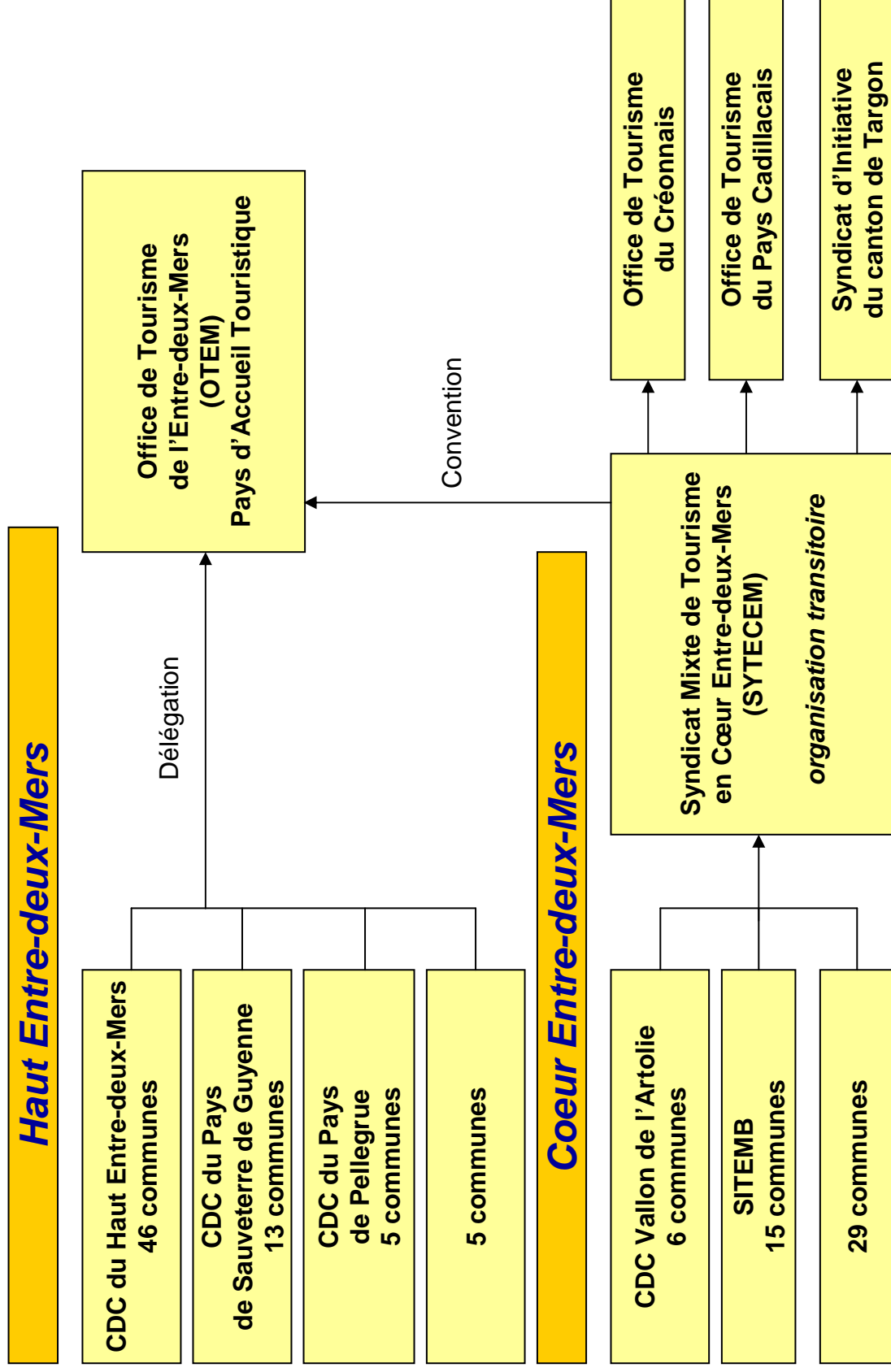
Office de Tourisme
du Pays Cadillacais

Communes
du canton de Targon

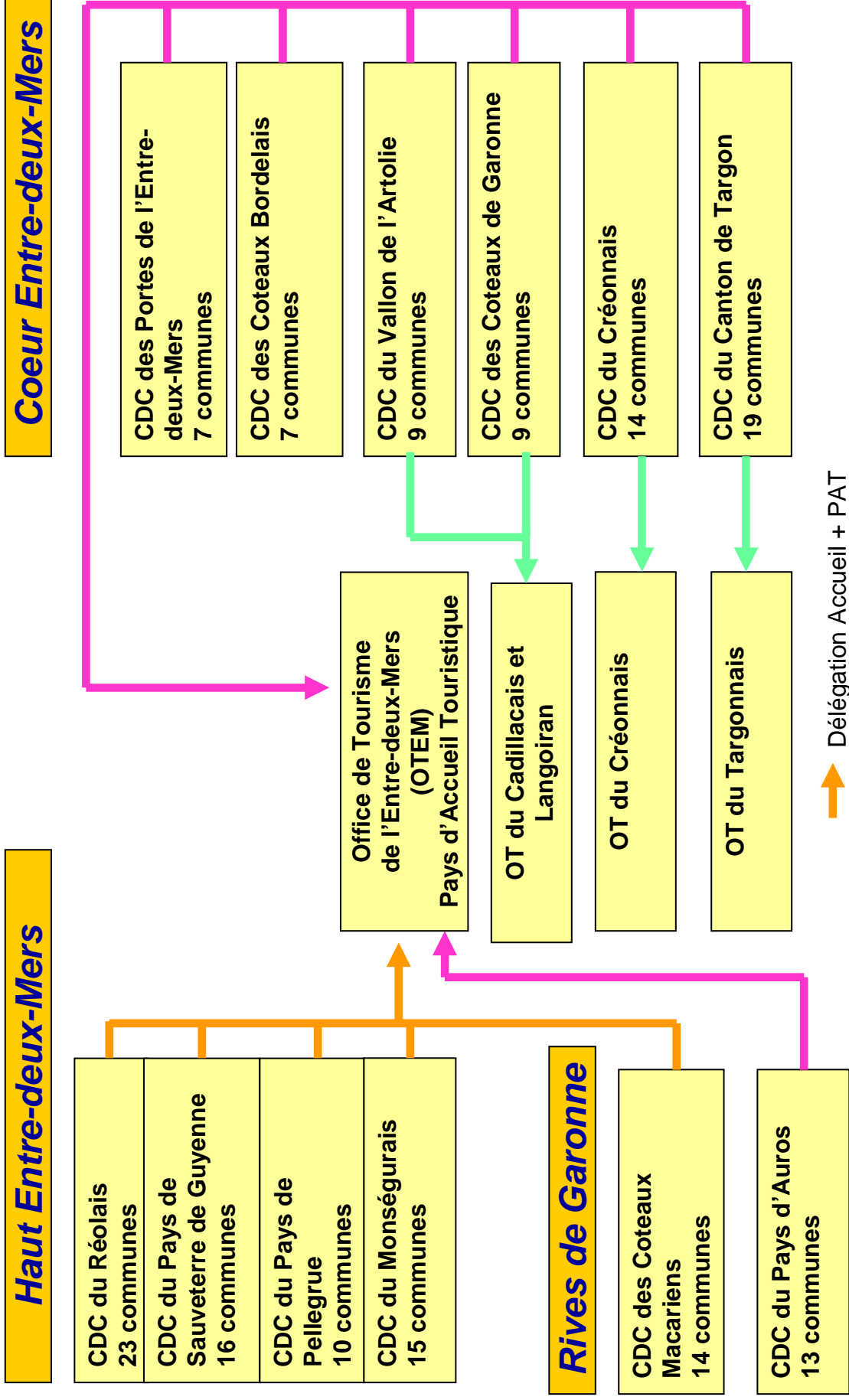
délégation

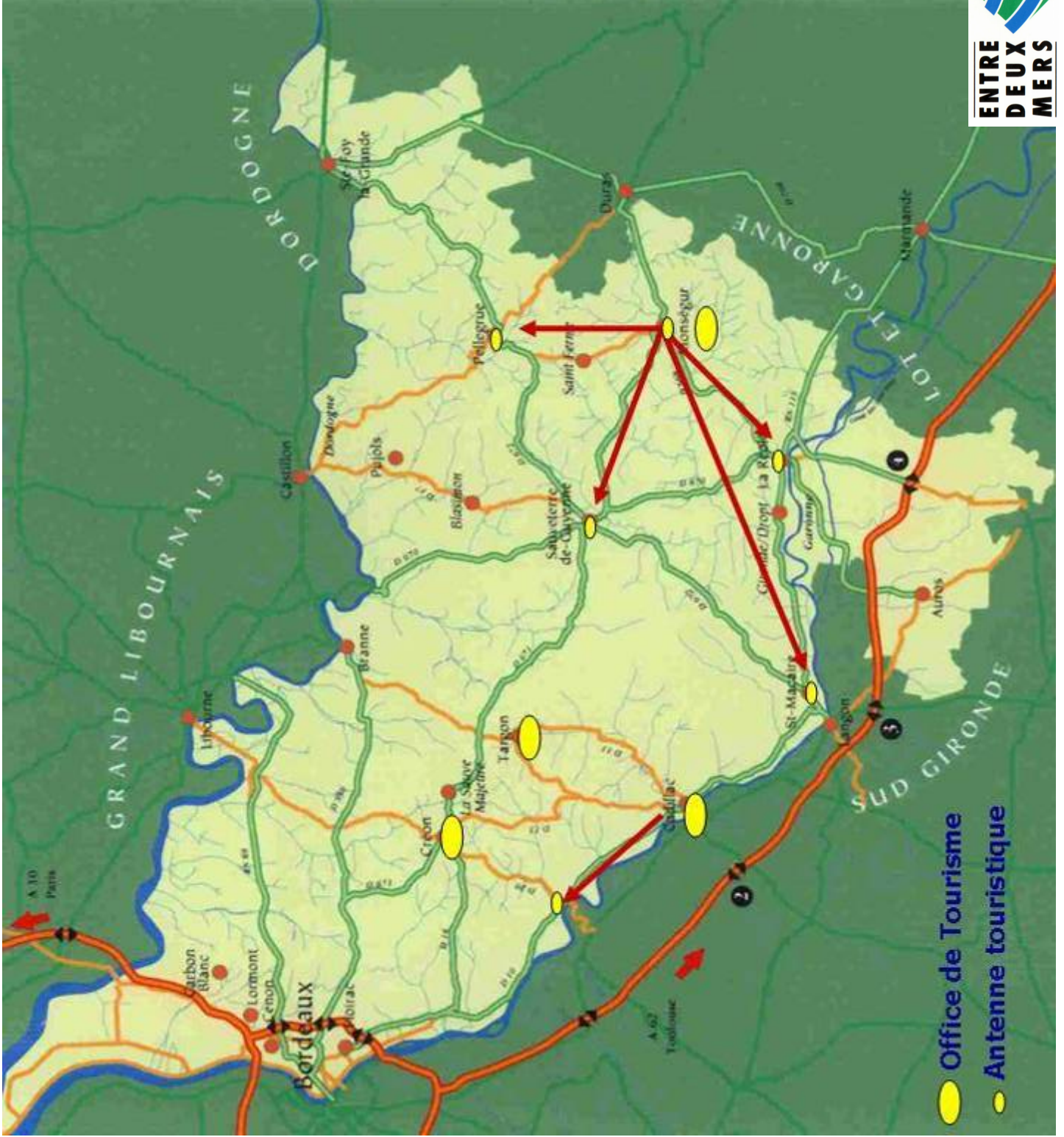
Syndicat d'Initiative
du canton de Targon

En 2002



En 2006





- Office de Tourisme
- Antenne touristique

*4) Présentation des missions et actions réalisées.
(Rémi Planton).*

Application en Entre-deux-Mers : 9 missions assurées par 4 Offices de Tourisme

missions

Accueil des usagers et touristes

Guichet

Téléphone

Courrier et courriel

Billetterie

Service aux associations

Conseil en séjour

Information

diffusion des animations, éditions dédiées
relais par le réseau des commerçants

Promotion

Site Internet

éditions dédiées

salons grand public

salons professionnels

partenariat filière cafés restaurants

accueils presse

Coordination des partenaires locaux

animation du réseau adhérents

qualification de l'offre

relais des actions CDT, CRT, UD, Privés

Article L 133-3 Code du Tourisme

BLOC INDIVISIBLE

| |
|---|
| Commercialisation de prestations de services touristiques |
| Vente de journées, courts séjours et séjours (autorisation) |
| Mise en œuvre politique locale touristique |
| appui aux schémas économiques des EPCI délégués appui aux contrats de pays des syndicats mixtes |
| Mise en œuvre programmes locaux de développement touristique |
| maitrise d'ouvrage du volet tourisme du Contrat de Projet accompagnement porteurs de projets touristiques privés ou publics Réponse à appels à projets et portage |
| Etudes |
| appui aux privés et EPCI pour réalisation d'études touristiques maitrise d'ouvrage d'études et formations |
| Organisation de fêtes et manifestations culturelles |
| mise à disposition de personnel appui aux organisateurs, maîtrise d'ouvrage des volets Terroir et Promotion |

*5) Présentation de la MOPA et du nouveau règlement
d'intervention en faveur du tourisme en Aquitaine :*

*Zoom sur l'expérience des Schémas Locaux
d'Organisation Touristique (SLOT)*

(Jean Luc Boulin)

6) La structuration touristique en Gironde :

*le Schéma de Développement Touristique
2007-2013 du Conseil Général de la Gironde.*

(Bernard Dussaut)



recherche

ok

AVANCÉE

A LA UNE

LE CONSEIL GÉNÉRAL

LA GIRONDE

SOLIDARITÉ

ENFANCE ET FAMILLE

SANTÉ

JEUNESSE

TRANSPORTS

AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

ÉCONOMIE

ENVIRONNEMENT

TOURISME SPORT ET LOISIRS

Le Tourisme en Gironde

Domaine G. Lagors à Hostens

Le sport en Gironde

CULTURE

ESPACES COLLABORATIFS

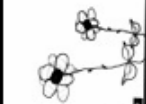
MARCHÉS PUBLICS

OFFRES D'EMPLOI

PUBLICATIONS

CONTACT

AIDE / FAQ



Se déplacer



Mon Canton



Services en Ligne



Annuaires



Flux RSS

Gironde
CONSEIL GÉNÉRAL
gironde.fr

je suis :

un girondin

une association

une collectivité territoriale

une entreprise

sortir du profil

Accueil > Tourisme Sport et Loisirs > Le Tourisme en Gironde

Tourisme Sport et Loisirs

Le Tourisme en Gironde

A Votre Service

LE CDT ET LES OFFICES DE TOURISME

Pour valoriser l'image touristique de la Gironde, le Conseil Général s'appuie principalement sur le Comité Départemental du Tourisme, ainsi que sur l'ensemble des Offices de Tourisme du département.

LA GIRONDE À VÉLO

Avec 600 km de pistes à vocation touristique, la Gironde fait partie des départements les mieux dotés en matière de réseau... et définitivement l'une des destinations « vélo » en France.

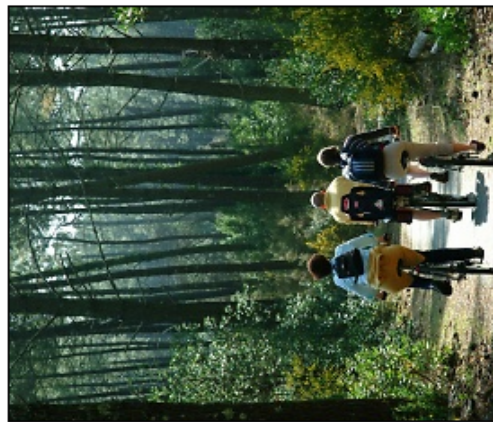
LES CHEMINS DE RANDONNÉE

Le Conseil Général de la Gironde met en œuvre le plan départemental des itinéraires de promenades et de randonnées (PDIPR). Celui-ci représente environ 4200 km de chemins répartis sur l'ensemble du territoire qui permettent de rouvrir des chemins ruraux et de mettre en valeur le patrimoine naturel et bâti du département.

Nos missions, notre vision

Forêt de pins, interminables plages, vignobles renommés,... le Bassin, l'Estuaire (le plus vaste d'Europe),... sont autant d'invitations à flâner en Gironde. Le Département s'étend sur plus d'un million d'hectares, alternant sites naturels et paysages urbains. Son patrimoine, son vignoble et sa gastronomie attirent chaque année des millions de touristes en quête de détente, de découvertes et d'animations.

EN SAVOIR PLUS SUR "LE TOURISME EN GIRONDE"



Météo Ephéméride Eco-Info

Le temps qu'il fait aujourd'hui en gironde :

Bordeaux

26/12/2008 - soir

3°C

METEO FRANCE
Tout pour un temps d'été
www.meteofrance.com

La qualité de l'air aujourd'hui en gironde :

4 > Bon

>> Toutes les prévisions météo en Gironde

*7) Le Schéma Local d'Organisation
Touristique en Entre-deux-Mers
(Rémi Planton)*

Un projet de territoire animé par une stratégie résolument économique

Investir et créer

- > *Dégager une stratégie foncière favorable à l'implantation d'activités touristiques*
- > *Aller chercher des investisseurs privés en direction de notre cible prioritaire*

Se donner une cible de clientèles prioritaire et crédible

- > *Travailler le marché local de l'agglomération bordelaise (excursionniste et touriste, 84% des contacts)*
- > *Entretenir le marché hors Gironde (autres régions françaises, Belgique, Îles Britanniques, 16% des contacts)*

Avoir une source de financement privée de l'activité touristique

- > *Mettre en place la taxe de séjour (potentiel à l'échelle du territoire SLOT: 100 800 euros)*

**ENTRE
DEUX
MERS**



**Une
terre
en vue**

Se vendre

- > *Se doter d'un programme commercial fort autour :*
 - *des loisirs de plein air,*
 - *de l'événementiel*
 - *de la gastronomie (au sens large du terme)*

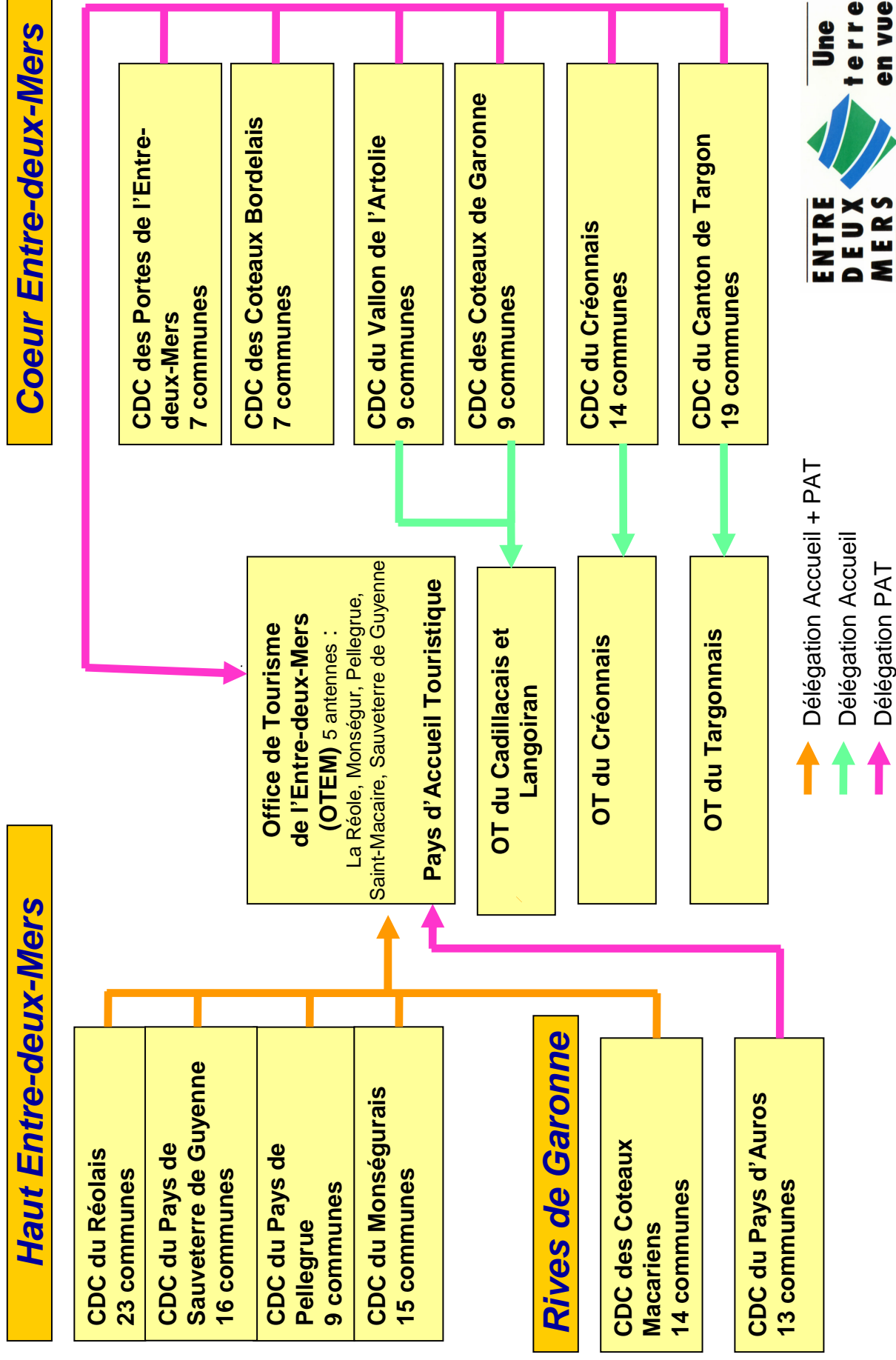
Allonger la saison touristique

- > *Élargir les réseaux de distribution*

A) L'organisation actuelle



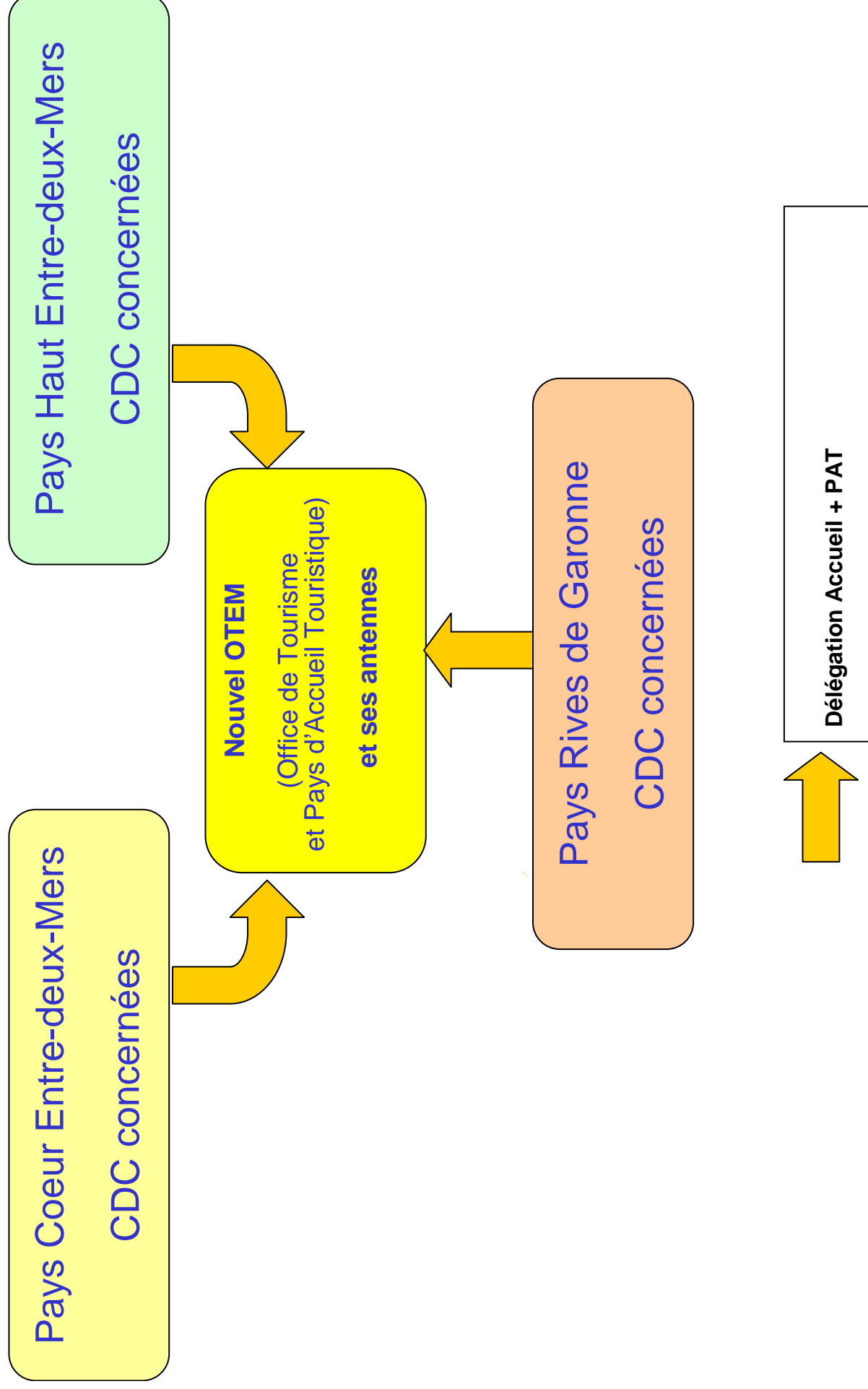
L'organisation actuelle de la compétence tourisme



B) La nouvelle organisation proposée



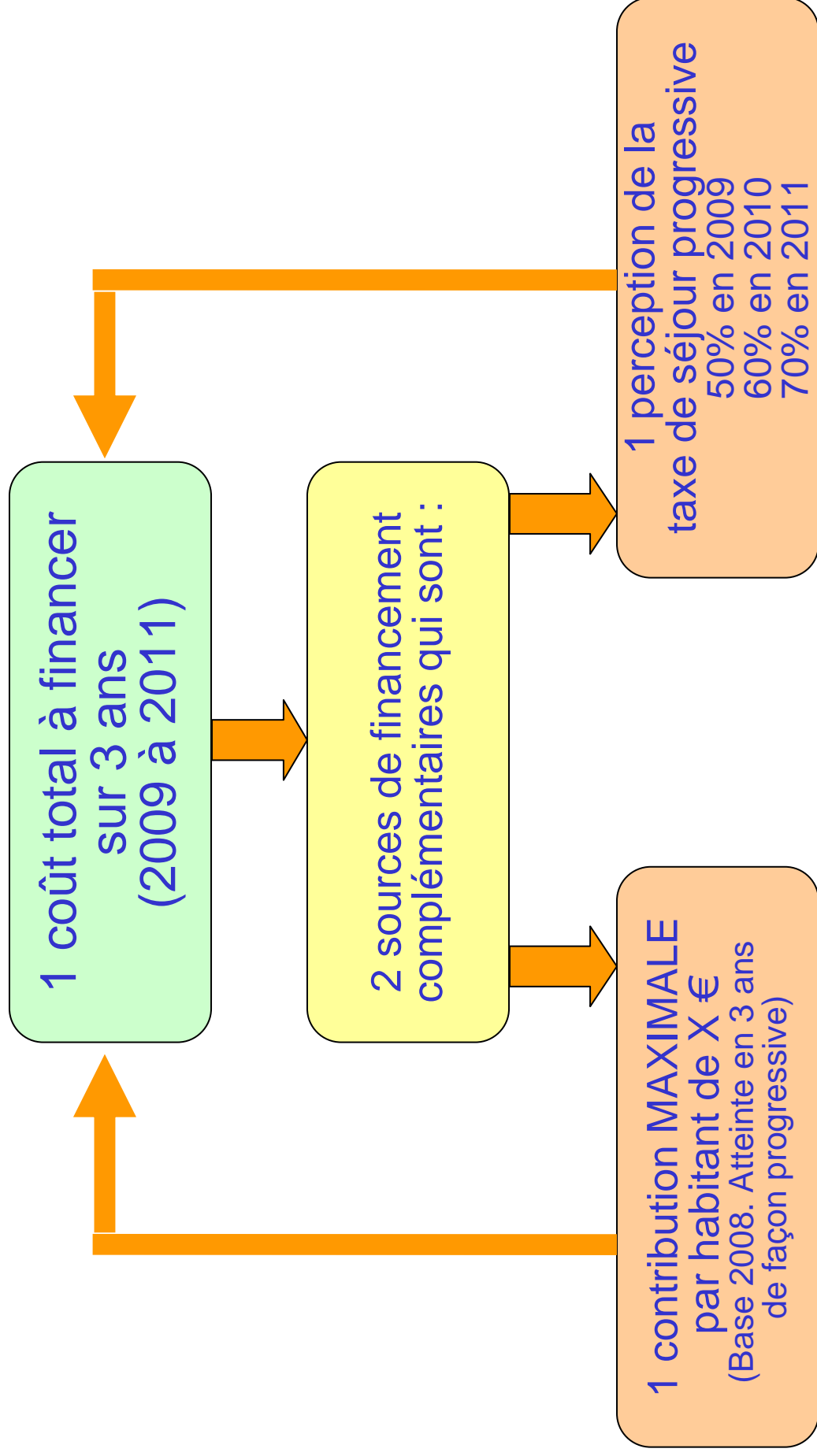
Le projet d'organisation de la compétence tourisme



D) Simulation de financement du SLOT

Un préalable

Les 9 Communautés de Communes déjà engagées dans une délégation Accueil + PAT mutualisent leurs moyens dans le projet.



Principe de calcul de la simulation financière

*8) Le point de vue d'un prestataire touristique
en matière d'organisation touristique.
(Brice Mollereau)*

2) La formation au service du projet de territoire :

- Formation action des prestataires,

*- Programme Local de Formation (PLF) des agents et
techniciens du tourisme*

(Rémi Planton)

En parallèle du « chantier » de structuration touristique, sur la même période 1996-2006, le territoire a réalisé **trois** programmes de **formation-action** afin de former et mobiliser son réseau de professionnels du tourisme, élus et acteurs associatifs.

1996 « *l'Office de Tourisme, chef d'orchestre du développement touristique local* ».

1998 « *Entre-deux-Mers 2006* »

2002 « *Un Plan qualité Hébergement pour l'Entre-deux-Mers* »

En complément, chaque année l'OTEM propose aux acteurs du tourisme de participer à des **journées techniques** thématiques autour des filières phares du territoire : Vélo, Bacchus, Patrimoine Naturel Culturel. (Ingénierie interne.)

Détail sur le programme de formation action de 1998 **« Entre-deux-Mers 2006 »**

Le pays touristique a organisé une réflexion concertée qui a permis de définir les bases d'un programme de développement touristique à horizon 2006.

Partant du constat que :

- > L'Entre-deux-Mers connaissait des changements et des mutations en matière de consommation touristique,
- > le paysage intercommunal s'était considérablement modifié, (nouveaux territoires)
- > L'offre touristique s'était diversifiée et professionnalisée,

il s'agissait de faire formuler par les acteurs du territoire quel projet ils nourrissaient pour l'Entre-deux-Mers en matière de tourisme à horizon 2006 ?

A partir de la « matière obtenue », il a été possible de transférer ces données en programme(s) opérationnel(s) et en contractualisation(s).

Le travail réalisé, sous forme d'une « formation action » animée par un consultant extérieur, a regroupé 5 collèges d'acteurs :

1. Associations
2. Habitants du territoire
3. Collectivités
4. Partenaires
5. Professionnels

Méthode retenue

- > Animation de groupes d'acteurs sur 10 à 15 journées de formation action réparties sur 6 mois, (inscriptions volontaires).
- > Ancrer l'action en tant que formation collective s'inscrivant dans la logique du programme développé par le territoire,
- > Privilégier des temps d'échanges et d'émulation collective,
- > Faire prendre conscience aux acteurs de leur appartenance à un territoire touristique à organiser et à conforter.

Axes de travail utilisés par le consultant extérieur :

- 1. COMMENT FAIRE VENIR LE TOURISTE EN ENTRE-DEUX-MERS ?*
- 2. COMMENT INFORMER ET SATISFAIRE LE VISITEUR UNE FOIS SUR PLACE ?*
- 3. ANIMATION ET ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT POUR LES ACTEURS ET LA POPULATION ?*

Résultats obtenus :

- **Deux cent acteurs mobilisés, ambassadeurs convaincus du territoire,**
- **Une centaine de propositions utilisées afin de candidater à un nouveau contrat de Pôle Touristique Rural 2000-2006.**

Détail sur le programme de formation action de 2002

« *Un plan qualité hébergement pour l'Entre-deux-Mers* »

Une opération collective.

Trois raisons, une ligne directrice

- 1) Contexte contractuel :
En tant que territoire engagé en Pôle Touristique Rural, adéquation avec le complément de programmation du Contrat de Plan Etat Région Aquitaine
- 2) Stratégie territoriale propre à l'Entre-deux-Mers :
faire au lieu de **faire faire**.
- 3) Nécessité d'un document de référence pour le territoire :
Une Charte de qualité à destination des porteurs de projets
ET des hébergeurs en activité

Action 3.2.3 Professionnalisation des acteurs, structuration des acteurs et de l'offre touristique
études préalables à des opérations collectives à l'échelle d'un territoire touristique cohérent de création ou de rénovation de l'immobilier de loisirs (opérations éclatées d'hébergements ruraux...)

Action 3.2.1 : Hébergements – restauration
Création, modernisation, diversification et valorisation des structures d'hébergement
Meublés et chambres d'hôtes :

- Il ne pourra s'agir de constructions neuves à caractère immobilier
 - Les équipements de loisirs et de service d'accompagnement, ne sont éligibles que s'ils desservent au minimum deux meublés ou cinq chambres d'hôte implantés sur le site de l'équipement
 - Le niveau 2 étoiles pourra exceptionnellement être retenu sur rapport circonstancié de l'opérateur, lorsque la taille d'un bâtiment ne permet en aucune façon, après étude architecturale, un aménagement répondant aux critères 3 étoiles. Les contraintes empêchant un aménagement en 3 étoiles devront être justifiées avec précision, en se référant à la grille de classement et à un plan du meublé.
 - Le nombre d'opérations aidées pour un même maître d'ouvrage ne pourra dépasser trois gîtes et un équipement valorisant, lorsque les hébergements ne s'inscrivent pas dans un patrimoine de caractère.
 - Pour les opérations menées dans un patrimoine de caractère, le nombre d'opérations par site tiendra compte du bâti existant et de l'objectif de développement d'une offre de grande qualité destinée à porter une image valorisante de l'espace rural sur les marchés étrangers. Les surfaces de chaque équipement devront correspondre au moins à 2,5 fois les normes de classement des meublés 3 étoiles.
 - La justification du caractère du bâti devra être apportée par un avis motivé de l'Architecte des Bâtiments de France ou du Conseil en Architecture, Urbanisme et Environnement du département et apparaître dans les documents fournis (plans, photos...)
- Restaurants :
- ce type d'intervention tiendra compte de l'absence d'environnement concurrentiel sur le site même et de la nécessité de créer un pôle d'animation indispensable à la dynamisation d'un projet touristique.

Extrait du complément de programmation CPER Etat Région Aquitaine, juillet 2001.

2002

Lancement du Plan qualité Hébergement en huit étapes

- 1) Rédaction d'un cahier des charges**
- 2) Consultation**
- 3) Engagement d'une opération collective rassemblant seize acteurs en « formation-action »**
- 4) Proposition aux porteurs de projets rencontrés depuis 2001 (environ quarante) d'intégrer cette opération collective**
- 5) Déclaration et engagement de principe de seize d'entre eux.**

2002

**Lancement du Plan qualité Hébergement en huit étapes
(suite)**

- 6) Un accord passé entre l'acteur & le territoire :**
 - > l'acteur donne de son temps pour aider le territoire à créer sa charte,
 - > le territoire donne de son temps pour aider l'acteur à monter ses dossiers de faisabilité.
- 7) Treize journées de formation action réparties du 03 septembre au 27 novembre**
- 8) Un voyage d'étude au Pays des Bastides**

Les acteurs de la formation action

16 porteurs de projets privés ou publics :

➤ **8 projets de chambres d'hôtes**

➤ **8 projets de gîtes**

Partenariat

Accompagnement des acteurs dans leurs projets assuré par :

- **Conseil d'Architecture d'Urbanisme et d'Environnement de la Gironde**
- **Comité Départemental du Tourisme de la Gironde**
- **Pays Touristique**



**ENTRE
DEUX
MERS**



Journée de formation à Saint-Macaire



Etude d'un projet à Sainte-Gemme



Un projet privé du Pays des Bastides

Au final, un document de référence pour l'Entre-deux-Mers

1 charte de 100 critères à destination :

- **Des projets de gîtes et chambres d'hôtes**
- **Des gîtes et chambres d'hôtes en activité**

CINQ ORIENTATIONS

I - QUALITE DES RELATIONS HUMAINES

II - QUALITE DES PRESTATIONS ET SERVICES

III – QUALITE DES BATIMENTS

IV – QUALITE DE L’ENVIRONNEMENT

V – THEMATISATION DES HEBERGEMENTS

**ENTRE
DEUX
MERS**



**Une
terre
en vue**

CINQ THEMES ORGANISES PAR FILIERE



VELO



BACCCHUS



CULTURE & TERROIR



NATURE



RANDONNEE

LE CHOIX D'UNE OU PLUSIEURS FILIERES

| | Filière Vélo | Filière Bacchus | Filière Culture & Terroir | Filière Nature | Filière Randonnée |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|---------------------------|----------------|-------------------|
| QUALITE DES RELATIONS HUMAINES | ♥ | ♥ | ♥ | ♥ | ♥ |
| QUALITE DES PRESTATIONS ET SERVICES | ♥ | ♥ | ♥ | ♥ | ♥ |
| QUALITE DES BATIMENTS | ♥ | ♥ | ♥ | ♥ | ♥ |
| QUALITE DE L'ENVIRONNEMENT | ♥ | ♥ | ♥ | ♥ | ♥ |



DISPOSITIF RÉGIONAL DE PROFESSIONNALISATION

LES PLF 2009 PROGRAMMES LOCAUX DE FORMATION

PRESENTATION DE LA DEMARCHE ET ELEMENTS DE CONTEXTE

En 2009, 10 territoires aquitains seront en démarche de programmation locale de formation. L'outil PLF est une démarche de professionnalisation triennale, mise en place depuis 2005 en Aquitaine, **unique en France**. Créé dans le cadre du **dispositif régional de professionnalisation**, l'ensemble est animé par la

MOPA et les territoires et est soutenu financièrement par la Région Aquitaine, la DIREP et AGEFOS-PMI. Depuis le lancement du premier PLF, ce sont 14 territoires aquitains qui suivent ou ont suivi des actions de formations adaptées aux besoins et stratégies touristiques locaux.

EN QUELQUES CHIFFRES

Entre 2005 et 2008, près de **45% du réseau** des offices de tourisme et syndicats d'initiative aquitains s'est investi dans un PLF. En nombre de salariés, cela représente plus de **300 personnes** sur les 700 que compte le réseau. Entre 2005 et 2008, ce sont ainsi **3 610 (journées-stagiaires (soit 25 270 heures-stagiaires))** qui ont été financées.

D'un point de vue qualitatif, l'expérience de près de quatre années de programmation met en avant plusieurs constats :

- plus de 85 % des participants ont exprimés un

retour « très satisfaisant » à « satisfaisant » du contenu de formation professionnelle dispensé. (sur une échelle à valeurs : « très satisfaisant » « satisfaisant », « moyennement satisfaisant », « insatisfaisant »)

- environ 90 % des participants ont estimé les formations d'une grande utilité car adaptées localement (constat récurrent).
 - à la question « pensez-vous pouvoir appliquer les acquis de formation dans votre travail quotidien ? », 75% ont répondu beaucoup.
- (4 réponses possibles : « beaucoup », « peu », « pas du tout », « je ne sais pas »)

QUELLE PLUS-VALUE ?...

Les retours-terrain formulés par les structures permettent de tirer les conclusions suivantes :

- le **PLF est considéré comme un véritable outil de développement touristique de territoire**. Il apporte une cohérence, une cohésion et une coordination d'action au sein d'un même territoire tout en accompagnant les équipes des offices de tourisme aux mutations des métiers du secteur. Ainsi, tout le travail, réalisé lors des journées de formation sur l'offre touristique avec constitution de boîte à outils (connaissance de l'offre – techniques d'inventaire – production et commercialisation) permet de mieux gérer l'information et ainsi créer un argumentaire adapté en fonction des besoins et attentes clientèles.

- le **PLF influe de manière fondamentale sur la qualité de la destination**.

L'optimisation de la qualité des services rendus à la clientèle touristique (cf. démarche qualité) est un gage certain de meilleure valorisation et promotion de la destination.

- le **PLF, un levier économique**.

Mieux accueillir les visiteurs permet de développer les flux touristiques sur le territoire et ainsi contribuer activement à la vie économique locale.

mopa

L'engagement des Offices de Tourisme dans le Programme Local de Formation 2008-2010. Quatre objectifs recherchés.

Objectif n°1 : Faire de l'accueil un outil force de vente au profit de l'offre touristique locale.

Objectif n°2 : Pérenniser les services commerciaux en place sur le territoire de projet

Objectif n°3 : Contribuer à l'accroissement des retombées économiques.

Objectif n°4 : Positionner l'Office de Tourisme comme chef d'orchestre du développement touristique local.

Ces objectifs sont aujourd'hui au cœur des préoccupations des Offices de Tourisme et de leurs salariés, principalement Agents d'accueil/Conseillers en séjour.

Aussi 5 axes de formation pour le PLF ont été arrêtés et priorités.

Les axes du Plan Local de Formation

Axe 1 : Production Commercialisation

Axe 2 : Animation d'un réseau de prestataires

Axe 3 : Techniques de vente

Axe 4 : Tableau de bord / reporting

Table ronde de synthèse animée par Jacques Heldt :

Et l'approche marketing dans tout cela ?

Quel positionnement pour le Pays Carcassonnais ?

Vers un Pays d'Accueil Touristique ?

Quelle articulation avec le nouveau Schéma

Départemental Touristique de l'Aude et le positionnement

Sud de France de la Région Languedoc Roussillon ?



Verre de l'amitié œnotouristique.

Dégustation commentée des vins du Château Malagar :

- > AOC Premières Côtes de Bordeaux Rouge
- > AOC Premières Côtes de Bordeaux Blanc Doux
- > AOC Bordeaux Blanc Sec

