

Le 12 novembre 2009, **Jean-Marie DARMIAN, Président délégué du Comité Départemental du Tourisme de la Gironde**, a présenté et fait adopter en conseil d'administration les grandes orientations de travail dévolues au CDT pour l'année 2010. Il y a tout d'abord la volonté d'entamer une réflexion sur la **transformation du CDT en Agence Départementale de Développement Touristique**. Au-delà du changement de dénomination, il s'agit de positionner la nouvelle structure comme le centre de ressources incontournable pour l'ensemble des partenaires du développement touristique du département.

Le second axe de travail retenu consiste à faire du CDT un « **centre de ressource organisé pour la pratique des loisirs en Gironde** ». Le projet consiste à renforcer nos propositions de consommation d'activités de loisirs à destination des bordelais et des girondins par le biais d'actions de communication ciblées, notamment sous forme de newsletters dédiées. La **création d'une boutique « Boutique Loisirs Gironde »**, dans un site à fort trafic et dans un espace adapté, est également à l'étude. Ce pôle d'information grand public consacré à l'ensemble des pratiques de loisirs dans le département (activités de pleine nature, randonnée, oenotourisme...) pourrait être complété par un espace d'exposition, un centre documentaire, une librairie etc.

Pour contribuer à valoriser l'offre touristique départementale et en complément de la campagne de communication « en Gironde, à chacun son point G », il a par ailleurs été proposé de créer une remise des prix « 33 points G », en collaboration avec le Conseil Général, l'Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative. Ce concours aurait pour vocation de valoriser les prestataires les plus innovants dans différentes catégories : éco tourisme, oenotourisme, itinérance, famille, seniors ...

3 axes de développement prioritaires pour le CDT de la Gironde en 2010 :

E-tourisme et mobilité.

On le sait, les clientèles touristiques privilégient de plus en plus l'outil internet pour préparer leur séjour. L'offre touristique départementale se doit donc d'être visible et attractive. Une mission d'accompagnement a été mandatée début octobre 2009 et se poursuivra jusqu'à la livraison complète des nouvelles applications composées des projets suivants : 1. Un nouveau site Internet (juin 2010) ; 2. Un centre de ressources à destination des professionnels et des porteurs de projets ; 3. Une plate forme commerciale de type place de marché. Toujours dans ce cadre, le CDT innove puisqu'il sera l'un des premiers départements français à proposer une solution de « M Tourisme »-M pour mobilité-. La mobilité est l'un des nouveaux leviers de satisfaction de la demande des touristes. Ceux-ci ne sont plus aujourd'hui coupés du numérique sur leur lieu de vacances : ils s'informent, consultent leurs e-mails ou les réseaux sociaux par le biais de leur téléphone mobile. Le mobile constitue aujourd'hui un véritable facilitateur de vie et son utilisation devient un réflexe chez le touriste en quête d'informations. La mesure d'audience concernant les consultations mobiles est donc logiquement en progression et le fait d'avoir un site mobile permet d'étendre son audience et donc sa visibilité. Une fois que les habitudes de consultations mobiles sont prises, il est difficile de s'en défaire... Internet et l'Internet Mobile correspondent à deux démarches complémentaires pour l'e-touriste : 1. Avec mon ordinateur, je prépare mon séjour à l'avance sur internet : hébergement, activités... 2. Avec mon téléphone, j'adapte mon séjour au gré de mes envies : sorties, fêtes et manifestations... Cette solution sera disponible pour les différents standards de téléphone portable, en particulier sous forme d'application I-Phone. Par ailleurs, la géo-localisation de l'internaute permettra de lui proposer des activités à proximité de sa position, avec l'itinéraire pour s'y rendre. L'ensemble des éléments accessibles en mobilité seront exportés de la base de données régionale SIRTACUI qui est au coeur des différents dispositifs internet également.



Itinérance et nature.

La Gironde est le premier département cyclable de France, par la densité de son réseau de pistes cyclables : 600 km de pistes aménagées en site propre, c'est-à-dire viabilisées sous maîtrise d'ouvrage du Conseil Général de la Gironde, de l'Office National des Forêts, des communes et intercommunalités, et 2000 km de sentiers de randonnées plus particulièrement destinés à la pratique du VTT. 453 km de pistes et bandes cyclables en milieu urbain complètent le maillage départemental. L'opportunité de valoriser ce formidable atout nous sera offerte à l'occasion du passage du Tour de France cycliste en Gironde les 23 (arrivée du peloton à Bordeaux) et 24 (contre la montre individuel entre Bordeaux et Pauillac) juillet 2010. En parallèle, le CDT et le Conseil Général vont fortement s'impliquer dans la mise en oeuvre opérationnelle de la « Vélo Route Atlantique n°1 » qui, pour sa partie française, relie la Bretagne aux Pyrénées-Atlantiques, l'objectif étant d'ouvrir complètement cet axe au printemps 2011. D'une façon globale, le CDT s'attachera à valoriser les itinéraires de randonnées en privilégiant ceux attachés à une thématique identitaire. En 2010, un travail de valorisation des chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle sera conduit à l'occasion de l'opération « Europa Compostela », relais réunissant des pèlerins venus de toute l'Europe et convergeant vers St Jacques de Compostelle d'avril à septembre 2010.

Oenotourisme.

L'année 2010 sera l'occasion de procéder à une évaluation de la démarche « vignobles et chais » par la mise en place de 100 audits test en collaboration avec la Région Aquitaine. Il a par ailleurs été proposé de soutenir les initiatives culturelles ayant pour cadre le vignoble, comme par exemple le festival « Jazz and Wine », manifestation labellisée « Scènes d'Eté », qui propose un plateau artistique de qualité dans différentes propriétés viticoles avec dégustation des produits du domaine. En complément de ces actions le CDT poursuivra bien sûr ses actions de promotion en privilégiant la clientèle européenne de proximité.