



la lettre T



L'ACTUALITE EN IMAGES

Un an après le choix de sa nouvelle identité visuelle "Côte du Midi", l'office de tourisme du Grand Narbonne (34 communes) vient de présenter aux professionnels de la destination sa nouvelle stratégie de communication largement basée sur la création de son nouveau site internet, fruit de l'agence spécialisée Thuria avec l'aide de l'équipe de l'office de tourisme de la Côte du Midi.



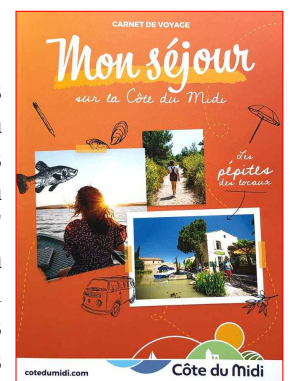
Ce nouvel outil qui véhicule une image moderne, authentique et humaine apporte, assurément, une meilleure visibilité sur les atouts touristiques et culturels de la destination tant en termes de contenus que d'articulations immersives par station touristique et par univers. La nouvelle charte graphique, qui est au cœur de la démarche, entend provoquer l'envie, le déplacement, la convivialité, l'enrichissement... grâce à l'univers chromatique propre à la destination soleil, mer, canal du Midi, nature, patrimoine...mais aussi, par le choix d'images avec de belles photos et des vidéos pour une immersion totale. Tant pour les visiteurs que pour la population locale, la démarche de l'accueil et des conseils clairs a été poursuivie, l'utilisateur est guidé à travers cartes, galerie d'images, témoignages, suggestions. Ces professionnels, la mise en valeur des partenaires est optimisée et un audit "SAV Côte du Midi" a été lancé.



Afin de fidéliser touristes, locaux et détenteurs de la carte Ambassadeurs, le site propose plusieurs entrées en fonction de la situation l'utilisateur. L'offre touristique de la Côte du Midi présente à partir des 5 piliers principaux (littoral, patrimoine, œnotourisme et art de vivre, terrain de jeu, grands espaces naturels) sont relayés par des sites emblématiques à visiter en famille, des visites guidées insolites, des rencontres...et des innovations type reportages d'expériences touristiques, interviews, coups de cœur, storytelling...des offres de balades et randos avec l'intégration de l'application Cirkwi, synchronisation des disponibilités de l'ensemble des hébergements avec le logiciel weBnB (réservations sans commission), billetterie en ligne pour toutes les activités sélectionnées par l'OT, un agenda, un moteur de recherche intelligent et ultra rapide. Ce site "responsive design" et "mobile first" propose une ergonomie et un graphisme de qualité quelle que soit la taille de l'écran : desktop, tablette ou smartphone.



La communication "papier" n'a pas été oubliée, avec des supports construits autour d'une ligne éditoriale basée sur le témoignage, la recommandation personnalisée et l'expérience vécue que l'on retrouve dans des "communiqués" magazine (Le Figaro) ou dans la deuxième édition partenariale "Côte du Midi, Narbonne : plages, vignobles et villages" réalisée avec le Petit Futé ; création d'une carte illustrée de la destination (avec ses merveilles en un clin d'œil) ; carnet de voyage original "Mon séjour"; enfin, une nouvelle gamme de brochures thématiques : guide des "picurieux", guide des mini-aventures et venir guide des circuits dans les villages.



A NOTER. "Côte du Midi" accueillera du 6 au 9 octobre l'Assemblée générale de l'Association des Journalistes du Tourisme.



L'équipe de LA LETTRE T souhaite tous nos abonnés et lecteurs une saison la meilleure possible et vous donne rendez-vous vers le 15 septembre.






Verchant, 20 ans, au top de la forme

La famille Mestre qui fête cette année 20 ans de vie partagée avec le Domaine de Verchant, souhaite donner, dès l'été 2024, à son hôtel 5 étoiles et son restaurant gastronomique une nouvelle dimension avec une extension de 4000m² sur trois niveaux au caractère contemporain. Aujourd'hui, constitué de 26 chambres et suites, la capacité sera augmentée de 24 chambres d'exception. Un nouveau restaurant gastronomique verra également le jour. Le volet paysager constituera un élément fort du plan de réaménagement : parc enrichi de promenades, aires de découverte du Domaine restaurées, allée d'entrée repensée, plantée de marronniers avec mise en valeur du nouvel environnement végétal (coût total de l'investissement : 17 M€).

Afin de relever le défi de cette nouvelle aventure, un nouveau directeur général a été recruté par Pierre et Chantal Mestre (**Photo à la Une**). Après 11 années passées à la direction du mythique hôtel 5 étoiles Relais et Châteaux "La chèvre d'or" et son restaurant 2 étoiles Michelin, Jean-Pascal Picollet entend participer à l'écriture d'une nouvelle page de l'histoire séculaire de ce domaine d'exception. Avec l'extension à venir, il va devoir préparer et former ses collaborateurs à la montée en gamme du restaurant gastronomique et renforcer l'expérience œnotouristique entreprise.

 **A NOTER** : la famille Mestre a eu l'heureuse idée de donner carte blanche à Caroline Redon-Jauffret, journaliste spécialisée dans l'univers du vin, de la gastronomie et de l'œnotourisme, pour effectuer des recherches approfondies sur l'histoire du Domaine de Verchant qui s'est avérée remonter à la période romaine et peut-être même au delà. Résultat : les investigations menées viennent de faire l'objet de l'édition d'un ouvrage passionnant, franco-anglais consacré au "Domaine de Verchant, un voyage dans le temps", véritable "storytelling" susceptible d'être offert à chaque client intéressé.

Infos : www.domainedeverchant.com/fr/

