

## Professionnels du tourisme, entrez dans le SirtAQUI ! (Système d'Information Régional Touristique d'AQUitaine)

Le SirtAQUI est la base de données commune des institutionnels du tourisme de l'Aquitaine : Offices de Tourisme, Comités Régional et Départementaux de Tourisme, Agence de Développement Touristique. Ses informations sont utilisées pour alimenter leurs éditions papier, leurs sites internet et leurs applications mobiles, pour renseigner leurs visiteurs. Elles peuvent apparaître également sur le(s) support(s) de partenaires diffuseurs (voir ci-dessous).

### Votre établissement saisi dans le SirtAQUI est ainsi visible par un potentiel de plus de 5 millions de visiteurs chaque année.

Pour **optimiser votre présence dans le SirtAQUI**, il est important de :

- tenir vos informations à jour (adresse, coordonnées, modalités d'ouverture, tarifs, ...),
- illustrer votre établissement et vos prestations par plusieurs photos,
- vous présenter sous votre meilleur jour dans le descriptif commercial.

#### TRANSMETTEZ-NOUS VOS INFORMATIONS

Une fois par an, un questionnaire vous est adressé par courrier ou par courriel, soit par l'Office de Tourisme de votre territoire, soit par votre Comité Départemental du Tourisme. Merci de le remplir, le dater, le signer et le renvoyer dans les meilleurs délais.

Vous pourrez bientôt accéder en permanence à vos informations sur l'espace VIT (Votre Information Touristique). Cet extranet vous permettra également de consulter toute l'offre touristique de la base et de la mettre en ligne sur votre site internet sous forme de widget si vous le souhaitez.

N'hésitez pas dans l'immédiat à contacter votre relais dès que vous avez des modifications et des nouveautés à signaler. Vous pouvez vérifier les informations concernant vos offres sur le site internet de votre Office de Tourisme, celui de votre département et/ou celui de la région, [www.tourisme-aquitaine.fr](http://www.tourisme-aquitaine.fr).

#### LA DIFFUSION DE VOS INFORMATIONS

Les informations saisies dans le SirtAQUI sont notamment destinées à assurer votre promotion auprès du grand public. Vous pouvez toutefois demander à ne pas être diffusé ou bien seulement sur les sites des membres du Réseau SirtAQUI

#### Pour en savoir plus

- consultez les CGU SirtAQUI : [http://www.sirtaqui-aquitaine.com/?attachment\\_id=3107](http://www.sirtaqui-aquitaine.com/?attachment_id=3107)
- découvrez les partenaires du réseau SirtAQUI : <http://www.sirtaqui-aquitaine.com/?cat=21>

#### Vos contacts :

Comité Régional de tourisme d'Aquitaine : [sirtaqui@tourisme-aquitaine.fr](mailto:sirtaqui@tourisme-aquitaine.fr)

Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne : [sirtaqui@tourismeperigord.com](mailto:sirtaqui@tourismeperigord.com)

Comité Départemental du Tourisme de la Gironde : [sirtaqui@tourisme-gironde.fr](mailto:sirtaqui@tourisme-gironde.fr)

Comité Départemental du Tourisme des Landes : [sirtaqui@cdt40.com](mailto:sirtaqui@cdt40.com)

Comité Départemental du Tourisme de Lot-et-Garonne : [sirtaqui@tourisme-lotetgaronne.com](mailto:sirtaqui@tourisme-lotetgaronne.com)

Comité Départemental du Tourisme Béarn - Pays-Basque : [sirtaqui@tourisme64.com](mailto:sirtaqui@tourisme64.com)

## MONTREZ-VOUS EN PHOTOS ET VIDÉOS

La prise de décision du lecteur ou de l'internaute est de plus en plus guidée par des éléments visuels. Il est indispensable d'**illustrer vos offres avec un maximum de photos pour montrer vos atouts et vos spécificités, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.**

Minimum 4 photos numériques, au format paysage (les photos scannées ne donnent pas le même résultat !)  
Taille : 800x600 pixels - Poids maximal : 250 ko

Vous pouvez aussi transférer à votre référent SIRTACUI une vidéo ou un lien vers une vidéo.

### CONSEILS POUR LES PRISES DE VUES :

- Bien choisir son sujet, bien le cadrer pour montrer l'essentiel.
- Organiser des séances photos avec mise en situation de personnages (attention aux autorisations nécessaires).
- Privilégier la lumière, donc une météo ensoleillée (gare aux surexpositions).
- Photographier le site à des saisons différentes pour pouvoir, le cas échéant, faire varier son image dans l'année.

## La licence Creative Commons (CC)

Lorsque vous transmettez vos photos et vidéos à un « institutionnel » du tourisme (Office de Tourisme, Comité Départemental du Tourisme ou Comité Régional de Tourisme), les conditions dans lesquelles vous autorisez l'utilisation de ces documents par les personnes qui les récupèreraient (par exemple en copiant votre image depuis internet) sont définies au moyen d'une licence Creative Commons (CC) :

- refuser que des modifications soient apportées à vos photos ou vidéos,
- interdire leur réutilisation à des fins commerciales,
- imposer au réutilisateur de mettre ces œuvres à disposition du public sous ces mêmes options Creative Commons ici définies.

Dans tous les cas, votre paternité en tant qu'auteur de ces photos, vidéos ou documents doit être respectée et lors de leur diffusion, votre nom doit obligatoirement être cité (ex : votre nom, la raison sociale de votre établissement).

Si vos photos et vidéos ne sont pas libres de droits, nous ne pouvons pas les utiliser.

## DÉCRIVEZ-VOUS À VOTRE AVANTAGE

**Le descriptif commercial est essentiel dans la séduction du visiteur** : il complète les critères objectifs de choix (localisation du site, tarifs, équipements, ...) en « parlant » au lecteur, en lui dévoilant les atouts de votre offre, en lui permettant de mieux l'imaginer pour mieux s'y représenter.

**LA FORME** : de préférence, deux paragraphes de 6 à 15 lignes (environ 800 caractères),

- le 1<sup>er</sup> mentionnant plutôt **site et situation** (position par rapport à des grands repères géographiques et touristiques, description du lieu dans son environnement immédiat), avec **3 à 5 mots-clés** – noms très réputés d'une commune et du pays, produit du terroir ou personnage célèbre du secteur, mots d'ambiance comme charme, tradition, moderne, ... - pour décrire l'offre avec **garantie d'un bon référencement**,
- le 2<sup>nd</sup> évoquant **l'ambiance du lieu**, les caractéristiques principales et, si possible, distinctives de l'hébergement, de la visite, de la dégustation, du parcours, ...

### À NOTER :

Numéro de téléphone, nom de site internet, dates d'ouverture et tarifs sont affichés sur la fiche qui décrit votre établissement. Il ne faut donc pas les faire figurer dans votre descriptif commercial.

- Pour que le lecteur visualise votre offre :
  - Écrivez des phrases courtes, dynamiques, descriptives, en évitant le style télégraphique (phrases sans verbe).
  - Adressez-vous au lecteur comme à un ami, en sélectionnant les informations dont il aimerait disposer pour arrêter son choix, ce qui est susceptible de lui plaire.

- Employez un style direct, « vous » plutôt que « on ».
- Parlez au présent pour que le lecteur s' imagine déjà sur place,
- Citez éventuellement votre prénom, voire votre nom, pour rendre le texte plus chaleureux.

- Utiliser un vocabulaire simple et factuel, **en évitant** :

- les superlatifs ou qualificatifs trop élogieux (admirable, magnifique, superbe, merveilleux, ...),
- les acronymes, sauf s'ils sont suffisamment connus (ex : AOC) ou avec explication conjointe,
- les lieux communs comme « chambres tout confort », « cadre agréable », trop standards, trop flous,
- les expressions régionales et le vocabulaire spécialisé (ex : fermentation malolactique).

**LE FOND** : écrivez des textes génériques pour intéresser le plus large public possible, en limitant les détails (ex : la liste des cépages ou celle des produits proposés au petit-déjeuner n'est pas indispensable).

- **Privilégier la description de ce qui n'est pas déjà énoncé dans une liste d'équipements ou de services** :

- le paysage alentour (la vue sur la mer ou la rivière concerne tout ou partie du site ? celui-ci se trouve dans une zone commerciale ou artisanale ? en ville ou dans un petit village ? entouré de prairies ou de bois ?),
  - les petites attentions et grands services à destination des clients (bouquet de fleurs, lits faits, ...),
  - les questions pratiques (où stationner ? quel transport en commun emprunter ? où manger ? etc),
- **Mettez toutefois en scène dans le texte ce que vos clients recherchent** : piscine, spa, accès wifi gratuit, climatisation, terrasse, cheminée en état de marche, installations sportives diverses, prêt de vélos, restaurant, ...

Peuvent être également mentionnés

- les **clientèles** que vous ciblez (adultes, enfants, familles, groupes),
- les **animations** régulières ou ponctuelles proposées (portes ouvertes, soirées à thèmes, ateliers, stages, ...),
- vos efforts en matière de **mise en valeur du paysage** autour de votre établissement, vos **démarches en faveur de l'environnement et du développement durable**, pour **l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite**,
- la **date de construction ou de rénovation** de votre établissement si elle est récente (moins de 2 ans),
- **l'histoire du lieu** si elle vous paraît intéressante (personnages célèbres, événement historique, ...), votre vécu, voire votre personnalité si vous voulez expliquer pourquoi vous faites ce métier,
- les transports en commun les plus proches (stations de tram, arrêts de bus), les sites et conditions de stationnement, surtout en ville et en zone très touristique (parking gratuit ou non, privé ou à proximité immédiate),
- les possibilités d'activités, de restauration sur place et à proximité.

**FAITES PREUVE D'ORIGINALITÉ EN TROUVANT L'ACCROCHE, L'ATOUT MAJEUR À VALORISER, QUI DONNERA ENVIE DE VENIR AU LECTEUR...**

➔ Vous pouvez **consulter des sites communautaires** (TripAdvisor, Zoover, Venivi, Dismoiou) **et de vente** (Booking, Expédia, chambresapart, 1000gites) pour :

- comprendre ce que recherchent les internautes,
- voir comment votre offre est perçue si vous y êtes présents,
- vous inspirer des meilleurs argumentaires.

## POUR LES HÉBERGEMENTS

- Donnez une **description précise et juste** (ex : lieu de plain-pied ou avec étage(s), type de bâti, ameublement et décoration intérieure, cadre où il s'insère, mitoyenneté, ...),
- Indiquez le nombre de chambres, appartements, emplacements, ... pour donner **une idée de la taille de l'établissement et de l'ambiance générale**,
- Précisez la **répartition des couchages** (chambres à un ou plusieurs lits) et des sanitaires (privés, partagés),
- Citez les **activités sur place ou à proximité**,
- Le cas échéant, complétez par la présentation des repas (petit-déjeuner avec produits faits maison, table d'hôtes), des salles de réunions (de classe) et du matériel pédagogique à disposition, des prestations proposées,
- Mentionnez **certains services proposés** (restauration sur place, possibilité d'un service hôtelier, prestation de ménage en fin de séjour, entretien du linge), des **détails pratiques** comme la durée possible de séjour (nuitée, week-end, semaine, mois), l'offre de **tarifs préférentiels** pour visites de sites ou activités à proximité.

## POUR LES ACTIVITÉS, LES LOISIRS

- Mettez en avant l'**encadrement proposé** (initiation obligatoire lors de la mise à disposition de matériel, cours, accompagnement, stage) et les **qualifications de l'intervenant** (diplômes, parcours professionnel),
- Décrivez **les activités** en disant par exemple ce qui fait l'attrait de leur pratique (découverte, plaisir, effort, sensations, ...) ou bien la **description factuelle de l'équipement** (nombre de salles, pistes, trous, distance, superficie, ambiance, description des écrans/jeux/bassins, etc.) ou **les « plus » du lieu** s'il n'y a pas à décrire une activité, comme pour les cinémas, les casinos, la piste de ski, etc. (espaces détente, bar, restauration, animations, ...),
- Pour toute prestation avec itinérance, racontez **les parcours** (nom des rivières, des voies empruntées, quelques mots sur le cadre, les paysages traversés, la longueur ou la durée de la balade), donnez la longueur des itinéraires et circuits, leur durée, présentez éventuellement le moyen de locomotion, la fréquence des hébergements, de la restauration, sur place et à proximité,
- Indiquez les **modalités de tarification**, sans donner de montant chiffré (une entrée puis des activités sans surcoût à l'intérieur, des tarifs à l'activité, le stationnement payant ou non).

## POUR LES SITES À VISITER (musées, parcs et jardins, sites naturels, monuments historiques, ...)

- Citez le(s) **thème(s) du lieu**, décrivez-le (ce qu'il y a à découvrir, voir, apprendre et comprendre).
- Évoquez les principaux points de **son histoire** (quelques dates clés, réalisation et remaniement, les personnages, les événements y ayant trait), expliquez éventuellement comment et pourquoi il a été construit sur ce site, dans cette commune, cette région, racontez l'histoire de sa mise en place.
- Présentez **la démarche** (pédagogique, ludique, de mémoire, ...), **le contenu des visites**, ce qu'il y a à voir, la teneur des commentaires, comment on se déplace (à pied, en calèche, ...), les supports éventuels (panneaux explicatifs, vidéos, borne interactive ou audio-guide, ...), l'observation du travail en démonstration, la possibilité et le déroulement des dégustations, la présence d'une boutique et/ou de vente à la propriété.
- Insistez sur **les animations** régulières ou ponctuelles proposées (animations thématiques, ateliers pour enfants ou pour adultes, conférences, expositions temporaires, ...).
- Mentionnez les possibilités de restauration sur place (bar, restauration légère, restaurant, salle hors sacs).