

Agen, jeudi 3 juin 2021

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

OPERATION SEDUCTION

Le Lot-et-Garonne invite Bordelais et Toulousains à « venir voir ailleurs »

Durant tout le mois de mai, le Lot-et-Garonne a suggéré aux futurs touristes de rompre avec les vacances formatées pour rejoindre « LG ». Fini donc ces vacances dont on repart plus fatigué que lorsqu'on arrive ! Le Lot-et-Garonne veut du bien aux touristes.

Le moment est venu pour LG de déclarer sa flamme ouvertement, notamment aux habitants du grand Sud-Ouest, à travers une grande opération séduction. Au programme : distribution de produits « made in 47 » et promotion d'une destination pas comme les autres !

Dans le cadre du nouveau Plan de soutien au tourisme lot-et-garonnais, le Conseil départemental et le Comité départemental du tourisme effeuillent leur campagne de promotion touristique depuis début mai. Le comédien lot-et-garonnais Jean-Christophe Houin a fait son grand retour en 2021 avec une série de 4 vidéos de rupture avec des symboles de vacances dites classiques et 4 autres vidéos (en cours de diffusion) où il succombe aux charmes du Lot-et-Garonne.

Cette année encore, le ton est décalé afin de promouvoir les atouts du département (slow tourisme, tranquillité, gastronomie, convivialité). Le Lot-et-Garonne joue sur le registre de l'infidélité au tourisme de masse pour inviter les touristes à se laisser charmer par notre département.

Cette opération séduction passe par une action de *street marketing* du 10 au 13 juin dans deux villes stratégiques, Bordeaux et à Toulouse.

À Toulouse : Place St Georges ; Place Wilson ; Place du Capitole et Place St Pierre ; dans les rues piétonnes Alsace Lorraine ; aux alentours des métros Jean Jaures, Capitole, Esquirol ; Marché Victor Hugo et Marché des Carmes.

À Bordeaux : Quai des Chartrons, Quai Rive Droite, à Darwin et Place Nansouty.

4 000 kits « *Douceurs de vivre* » leur seront distribués. Composés de 4 produits locaux, ils donnent un avant-goût du savoir-faire *made in 47*. Pour l'occasion, le Conseil départemental a travaillé en étroite collaboration avec des entreprises et producteurs lot-et-garonnais ainsi que l'ESAT Agnelis de Foulayronnes.

À découvrir dans ces kits :

Bee Love & Garonne

Un petit pot de miel de fleurs produit par la coopérative Les *Apiculteurs gascons* à Pont-du-Casse. En Lot-et-Garonne, l'abeille est en effet reine.

Tentation n°47

Un échantillon d'eau de parfum aux notes fruitées, élaborée spécialement pour l'opération par le laboratoire lot-et-garonnais *Innovi* à Layrac, à la pointe de l'industrie cosmétique.

Lot-et-Garonne à croquer

Un petit sachet de fraises déshydratées de *Rouages* à Estillac, pour souligner l'innovation et l'agroalimentaire du département.

Atout séduction

Comme le Lot-et-Garonne a de nombreux atouts séduisants pouvant faire rougir, le Conseil départemental offre un éventail aux couleurs de la campagne, réalisé par l'agence Menth'Allo de Marmande. Il sera également utile cet été car chez nous, les températures grimpent vite.

**Cette belle histoire d'amour naissant ne fait que commencer.
Début juin, elle prendra une nouvelle tournure.**

Affaire à suivre...

Contacts presse :

Conseil départemental

Matthieu STIEVET, Directeur de la Communication

05 53 69 45 11 / matthieu.stievet@lotetgaronne.fr

Comité départemental du tourisme

Anne FERNANDEZ, Responsable pôle promotion / communication

05 53 66 14 14 / afernandez@tourisme-lotetgaronne.com