

## ANNEXE 1

### **BILAN D'ACTIVITÉ 2022**

Le Département confie à l'Agence de Développement Touristique « Tarn-et-Garonne Tourisme » les missions d'accompagnement de chaque professionnel du tourisme, depuis la création de leur entreprise jusqu'à leur mise en marché et la mise en œuvre du Schéma Départemental de Développement du Tourisme élaboré par le Conseil Départemental de Tarn-et-Garonne avec l'ensemble des acteurs du tourisme.

« Tarn-et-Garonne Tourisme » est constituée d'une équipe de 14 personnes, structurée en 3 Pôles de compétences : ingénierie, marketing- communication et ressources.

Ses missions s'articulent autour de 5 objectifs majeurs :

- développer, qualifier et structurer la production touristique,
- fédérer et animer les professionnels du tourisme départemental,
- promouvoir et développer la notoriété de la Destination Tarn-et-Garonne auprès de nos différents publics cibles (grand public, presse/médias, professionnels et voyageurs),
- mettre en production et vendre un potentiel touristique de qualité,
- évaluer les retombées de l'activité touristique du Tarn-et-Garonne.

#### **BILAN 2022**

##### Une saison dans un contexte compliqué

Entre la canicule de début de saison, les difficultés de recrutement de personnels évoqués par les prestataires, l'inflation avec la hausse du coût du carburant et la baisse du pouvoir d'achat, la guerre en Ukraine et le spectre de la pandémie toujours présent, les prestataires touristiques ont dû faire face cette année à de nombreuses problématiques. Toutefois les professionnels tarn-et-garonnais montrent une bonne satisfaction sur la saison estivale. 2022 est la première année post-covid avec des niveaux de fréquentation équivalents à ceux de 2019. Une hausse de fréquentation en lien avec le retour des clientèles étrangères, et notamment britannique.

Tarn-et-Garonne Tourisme a travaillé son plan d'actions et de communication afin de mieux répondre aux attentes des clientèles tout en apportant une aide ciblée aux socioprofessionnels.

## 1) Les Objectifs marketing stratégiques développés en 2022

- Structurer un maillage touristique fort pour renforcer l'attractivité de la Destination Tarn-et-Garonne (en développant ou en renforçant des outils de production, de promotion et de commercialisation).
- Favoriser la concertation pour faire émerger de nouveaux partenariats et projets touristiques. Cet objectif stratégique a permis de cibler plusieurs structures, filières, services, partenaires publics et privés autour de sujets fédérateurs pouvant impacter le tourisme.
- Optimiser l'accompagnement des professionnels du tourisme et des territoires (structuration de l'offre autour du classement, labels, marques, clubs de professionnels). Adaptation de l'offre pour faire face aux enjeux de la digitalisation avec la poursuite du déploiement de la place de Marché elloha. La sensibilisation et la formation des socio-professionnels sur divers thèmes afin de mieux répondre aux attentes de toutes les clientèles.
- Développer une ambition économique nouvelle pour la Destination Tarn-et-Garonne (annualisation de la fréquentation touristique, développement de la durée des séjours ainsi que le nombre de nuitées). L'observatoire économique de Tarn-et-Garonne Tourisme assure le suivi de cet objectif grâce aux éléments chiffrés via les notes de conjoncture, les bilans, les rapports Flux Vision Orange, l'INSEE, Airdna et tous les outils à disposition.
- Conforter la position du Tarn-et-Garonne comme destination « Campagne » autour de l'itinérance douce, du slow tourisme, et d'un tourisme éco responsable (tant sur l'aspect naturel que patrimonial).
- Structurer, qualifier et développer l'itinérance douce. Le déploiement et la montée en gamme des activités de pleine nature est un des objectifs majeurs de Tarn-et-Garonne Tourisme. Ceci mobilise différents services du Conseil Départemental, les collectivités territoriales, les associations locales et les comités départementaux sportifs. Une aide technique est apportée aux porteurs de projets.
- Poursuivre les actions en faveur de l'oenotourisme, afin de conforter le Tarn-et-Garonne comme destination oenotouristique.

Ces objectifs marketing stratégiques se sont adressés à plusieurs types de clientèles, issus de bassins français ciblés et de pays identifiés selon :

- **3 types de clientèles visées** (Grand Public, Médias et Professionnels du voyage et des groupes),
- des **bassins émetteurs ciblés pour la France** (bassin Parisien, bassin Ouest (Nantes / Rennes), bassin Aquitain (Bordeaux Sud Gironde) et bassin Sud-Ouest (Occitanie et proximité),

- des **Pays émetteurs ciblés pour l'Europe** (Pays-Bas, Espagne, Grande-Bretagne, Belgique).
- des **cibles de personnes visées** (Familles avec enfants, Couples sans enfant, Jeunes adultes, Seniors actifs).

En 2022, l'étude d'un nouveau schéma Départemental du Tourisme et des Loisirs a été lancée afin de réaliser un diagnostic du précédent schéma, travailler les enjeux, objectifs et éléments de prospective pour la période 2023-2028.

## **2) Les actions réalisées en 2022**

Au titre de la promotion du département, Tarn-et-Garonne Tourisme a mené les actions suivantes :

### **A – Les Salons Grand Public et Professionnels**

« Tarn-et-Garonne Tourisme » a poursuivi sa présence sur plusieurs bassins et pays émetteurs de clientèles au niveau local, national et international.

Afin de développer la communication auprès des clientèles de proximité (de mai à octobre 2022), Tarn-et-Garonne Tourisme a participé à différentes manifestations festives valorisant les productions locales (Fête de la musique au Département, Fête des Vins des Coteaux du Quercy, Fête des Vendanges, Bienvenue à la Campagne, Fête de la Gastronomie, "Saveurs et senteurs").

Cette année encore, un **plan d'actions intitulé « Tremplin »** a été mutualisé avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie et les Comités Départementaux du Tourisme du groupement G4 (Gers, Haute-Garonne, Tarn et Tarn-et-Garonne).

Dans le cadre du programme « Tremplin » initial et en raison de l'annulation des Salons du Tourisme de Nantes et Rennes, 5 actions de substitution ont été lancées : 1 Campagne TV sur France 3 Pays de Loire/Bretagne, 2 Campagnes digitales sur les sites de France TV et de Météo France, 1 partenariat avec le journal Ouest France (insertion, article web et bannières publicitaires) et 1 Campagne digitale avec le Caramaps (cible des camping-caristes géolocalisés sur le bassin Ouest).

Afin de toucher la clientèle internationale, la présence conjointe de Tarn-et-Garonne Tourisme et de ses partenaires a été programmée sur plusieurs salons grand public et workshops presse : en Espagne (Salon Navartur à Pampelune et 1 opération de séduction à Barcelone), en Belgique (Workshop Glenaki à Bruxelles), en Grande-Bretagne (Workshop IMM à Londres), au Pays-Bas (Workshop ...).

Toujours sur la thématique Presse/Influenceur, Tarn-et-Garonne Tourisme a participé aux rendez-vous presse Partir en France, 1<sup>er</sup> rendez-vous national de l'année.

Parallèlement, Tarn-et-Garonne Tourisme a poursuivi plusieurs opérations de séduction :

- « **Les nouveaux arrivants avec La Poste** » : avec 1 506 enveloppes expédiées. Ces envois nous permettent d'adresser par courrier des offres, brochures ainsi que la Carte Ambassadeur à ces nouveaux Tarn-et-Garonnais,

- « **Les Voyageurs** » auprès des **tour-opérateurs, autocaristes** lors de salons et webinaires professionnels (Destination Occitanie, Ruban Bleu Voyages, IFTM Top Résa, Epoqu'Auto...).

## **B – Développer, innover et investir le numérique**

« Tarn-et-Garonne Tourisme » :

- a poursuivi la qualification de son Réseau d'Informations Touristiques en lançant un nouvel outil d'accueil et de statistique pour les 10 Offices de Tourisme Intercommunaux du Tarn-et-Garonne (APITOUR),

- a traduit son site internet en 2 langues étrangères (anglais et espagnol) afin de promouvoir la destination à l'international,

- a densifié sa présence sur les réseaux sociaux via l'accueil de blogueurs-influenceurs et le développement d'un compte sur le réseau social « TikTok »,

- a poursuivi le déploiement de la Place de Marché "elloha", afin de qualifier le réseau des professionnels Tarn-et-Garonnais et développer la digitalisation des offres sur tous les territoires.

- a densifié sa programmation de news letters promotionnelles en lien avec les actions de GRC (Gestion de la Relation Client) et de conquête de nouveaux prospects.

## **C – La Valorisation de l'Agro-Tourisme**

« Tarn-et-Garonne Tourisme » a valorisé les productions et les filières de l'agro-tourisme dans le cadre de plusieurs opérations de promotion (animation-dégustation avec le bar à fruits), lors du Micro-Marché à Toulouse et d'événementiels sur le département ou à proximité. De même, sous la présidence du Tarn-et-Garonne, la 21<sup>ème</sup> édition des Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris, a mis à l'honneur une sélection de producteurs locaux. Enfin, à la demande du Département, Tarn-et-Garonne Tourisme a structuré deux journées d'animations et de valorisation de nos atouts touristiques sur l'espace de la Chambre Régionale d'Agriculture au Salon International de l'Agriculture.

## **D – Les campagnes de communication**

Cette année, trois grands projets ont été menés en matière de communication :

- **Campagne de communication TV** sur France 3 Occitanie avec diffusion de 50 spots de séduction du 11 au 24 avril pour développer la notoriété de la destination Tarn-et-Garonne, relayée sur la plateforme « replay » de France Télévision.

- **Campagne de communication Cinéma** : en soutien aux hôtels Logis, une campagne a été organisée du 16 mars au 12 avril dans les salles du Cinéma CGR de Blagnac afin de séduire une clientèle de proximité.

- **Autres campagnes** : poursuite des insertions publicitaires et opérations de marketing direct via la Presse Quotidienne Régionale ; actions de séduction autour de la notion "d'Ambassadeurs du Tarn-et-Garonne".

### **Plan de Communication spécial « Abbaye de Beaulieu en Rouergue »**

Afin de mettre en avant et valoriser la réouverture du site de l'Abbaye de Beaulieu, un plan de communication a été structuré par Tarn-et-Garonne Tourisme en partenariat avec le Centre des Monuments Nationaux (propriétaire du site) et les partenaires qui œuvrent à la promotion de ce site via le site de destination tourisme-tarnetgaronne.fr avec mise en avant des événements/animations proposées sur le site. Une valorisation sur les réseaux sociaux de Tarn-et-Garonne Tourisme au travers de posts réguliers en lien avec la programmation d'animations et temps forts autour de l'Abbaye de Beaulieu-en-Rouergue.

#### **Tiré à part dans Presse Quotidienne Régionale**

**Tiré à part « Echappées Belles en Tarn-et-Garonne »** : promotion de la Destination et de l'Abbaye avec toutes les activités à réaliser sur place / diffusion dans les 10 éditions de la Dépêche du Midi (8 départements ex. Midi-Pyrénées + Aude + Lot-et-Garonne).

**Date de publication : 16 juin 2022.**

#### **Suppressions dans les éditions touristiques (Grand public et Professionnels)**

La Parenthèse 2023, La Carte Touristique du Tarn-et-Garonne 2023, Le Tarn-et-Garonne en famille (2023), Le Dossier de Presse de Tarn-et-Garonne Tourisme (2022 et 2023), Le Catalogue Groupes – Excursions (2022 et 2023), La Carte vélo Vallée et Gorges de l'Aveyron (2022 et 2023)...

#### **Valorisation dans les diverses campagnes newsletters Grand Public et thématiques de Tarn-et-Garonne Tourisme :**

##### **Newsletter Grand Public**

- Destination Tarn-et-Garonne (+ de 13 000 prospects)

## **Newsletter thématique**

- Agenda ,Culture et Patrimoine, en famille

**Date de publication : 2ème semestre 2022 – année 2023**

## **Club des sites**

Promotion du Flyer dans un présentoir du Club des sites.Tournage d'un film promotionnel sur « l'Abbaye de Beaulieu-en-Rouergue ».

## **Accueil d'influenceurs / presse**

**Organisation d'accueils de journalistes et de blogueurs** en partenariat avec l'OTI Quercy Rouergue Gorges de l'Aveyron.

## **6 Insertions publicitaires dans la Presse Magazine Régionale**

Diffusion dans le magazine MIDI Le Mag (supplément week-end de La Dépêche du Midi).

Ciblage : Tarn-et-Garonne, Tarn, Aveyron et Lot-et-Garonne.

**Dates de publication : le 31 juillet, le 7 août et le 11 septembre 2022**

## **1 Insertion publicitaire dans le Tiré à part « Balades »**

Diffusion d'une insertion avec rédactionnel valorisant l'abbaye et l'itinérance. Ciblage : dans les 10 éditions de la Dépêche du Midi (départements : 09, 11, 12, 31, 32, 46, 47, 65, 81, 82) soit un potentiel de 1 000 000 de lecteurs.

**Date de publication : 9 septembre 2022.**

## **Campagnes digitales**

Diffusion sur une sélection de sites internet premium (sites d'information, presse féminine, presses thématiques et culturelles...).

Ciblage : CSP+

**Publication : durant 3 mois de juillet à septembre 2022.**

## **E – Les éditions touristiques**

Un appel d'offres a été réalisé comme chaque année pour l'édition des documents touristiques départementaux en français et en langues étrangères (anglais, espagnol, néerlandais et allemand). Parmi les documents édités, on compte le magazine de séduction "La Parenthèse", la carte touristique, le flyer randonnées, la carte sur la Vélo Voie Verte et boucles à vélo, la carte sur la Véloroute Vallée et Gorges de l'Aveyron, la brochure Bases de loisirs, le flyer Logis, les Aires de camping-cars et vans, le "Tarn-et-Garonne en famille", le catalogue Séjours, le catalogue Groupes, le Guide du Marcheur et le Dossier de Presse.

## **F – Observatoire Economique**

Tarn-et-Garonne Tourisme a recueilli et analysé les données statistiques de fréquentation des clientèles au travers de son Observatoire Économique. Les bilans de la Saison Touristique 2022 et de Flux Vision Orange (période : de janvier à octobre), sont intégrés dans l'annexe jointe au présent rapport.

Pour information, sur cette période il ressort que notre département a comptabilisé **plus de 5 millions de nuitées touristiques de janvier à octobre 2022** attribués à **61,9% de français** et **38,1% d'étrangers**.

Le département enregistre une progression de 15% par rapport à 2021.

## **G - Les actions visant la qualification de l'offre touristique**

« Tarn-et-Garonne Tourisme » a accompagné l'animation des filières, des Offices de Tourisme en termes de qualité et labels dans le but de poursuivre la montée en gamme de la Destination.

Cette année, la qualification de l'offre a permis le déploiement des deux **marques départementales** portées par Tarn-et-Garonne Tourisme à savoir « **En Famille** » et « **hébergement Insolite** ». **135 prestataires sont engagés dans ces deux marques**.

Dans le cadre de ses missions d'ingénierie, Tarn-et-Garonne Tourisme poursuit ses actions de valorisation de l'oénotourisme (thématique prioritaire), en termes de qualification et de promotion des 6 appellations viticoles de la destination. En 2022, la candidature **Vignobles & Découvertes** pour les **vignobles de Fronton** et des **Coteaux du Quercy** a été renouvelée par le Conseil Supérieur de l'Oénotourisme et Atout France pour une durée de 3 ans.

Des actions partenariales ont également été menées avec la Fédération de Pêche, vecteur de loisirs pour la famille (organisation d'éducteurs et promotion de la pratique).

Différentes actions ont été menées sur la qualification et le développement des activités de pleine nature :

- avec le Comité Départemental de Cyclotourisme, dans le cadre de la création de la Vagabonde, Véloroute de 500 km reliant Montluçon à Montech (inauguration en juin 2022) ;

- avec le Comité Départemental de la Randonnée Pédestre et les 10 Communautés des Communes pour la mise en place d'une formation balisage financée par le Conseil Départemental de Tarn-et Garonne (mars 2022) ;
- avec les 3 Départements voisins et le Comité Régional de la Randonnée Pédestre pour la création d'un Comité d'Itinéraire valorisant le GR36 ;
- avec l'Agence Française des Chemins de Compostelle pour le déploiement de la Charte Accueil Compostelle sur le GR65 et le GR 36 ;
- avec les Offices de Tourisme concernés par le déploiement de la marque Accueil Vélo le long du Canal des Deux Mers et de la Véloroute Vallée et Gorges de l'Aveyron (47 prestataires marqués) ;
- avec les 3 Communautés des Communes impliquées dans l'itinéraire Culturel Européen "La Route Equestre d'Artagnan" (98 kms) ;
- avec les Communautés des Communes pour l'intégration des nouveaux PR au Plan Départemental des Itinéraires de Promenades et de Randonnées (Quercy Caussadais et Lomagne en 2022).

Enfin, Tarn-et-Garonne Tourisme a organisé le 13 octobre à Montech la 3ème édition des Rencontres du Tourisme, ouvertes à tous les professionnels tarn-et-garonnais. Cette journée d'échanges fut notamment l'occasion de faire un point sur le diagnostic et les axes prioritaires du futur Schéma Départemental du Tourisme. L'édition 2022 a rassemblé 105 professionnels.