

—
**EXTRAIT DU REGISTRE DES
DELIBERATIONS DE L'ASSEMBLEE**

2^{ème} RÉUNION DE 2010

Séance du 24 février 2010

CG 10/2^{ème}/VII-02

FONDS DEPARTEMENTAL DE PROMOTION

—
Le Fonds Départemental de Promotion a pour objet de financer, pour tout ou partie, des actions mises en oeuvre à l'initiative d'institutions départementales à vocation économique et touristique, visant à la promotion du département, de ses institutions, de ses produits et de ses ressources.

BILAN 2009

Au cours de l'année, la Commission Départementale de Promotion a examiné différents dossiers qui ont fait l'objet d'une décision en Commission Permanente.

Les opérations qui ont bénéficié d'un financement départemental sont réparties de la façon suivante :

1) Actions de promotion institutionnelles programmées par le Conseil Général :

- En liaison avec l'Agence de Développement Touristique :
 - participation en 2009 à **16 foires et salons en France et à l'étranger**, dont 3 dans le cadre de Pôle Sud Ouest,

- Réédition de l'ensemble des publications relatives aux différentes filières du tourisme :
 - Loisirs Accueil, Logis de France, Circuit des Saveurs, randonnées, Clévacances gîtes et chambres d'hôtes, hôtellerie de plein air, Séjours et journées groupes...

▪ Participation aux différentes manifestations et à la création d'évènements à vocation culturelle permettant de réaliser une valorisation des produits du terroir (Festival de jazz, Salon « Saveurs » à Paris, concours agricole départemental...).

2) Concours financier aux opérations promotionnelles émanant de nos partenaires :

- Actions de promotion et de communication inscrites dans les Contrats de Pays,
- Renouvellement des manifestations liées à l'animation du Canal du Midi (Festival Convivencia organisé par l'Association Chèvrefeuille),
- Diverses opérations de promotion portées par les institutions consulaires notamment dans le domaine de la gastronomie et de la valorisation des produits des terroirs.

Le bilan financier 2009 s'établit ainsi :

<i>FONDS DEPARTEMENTAL DE PROMOTION</i>	<i>ENVELOPPE 2009</i>	<i>ENGAGEMENTS 2009</i>
Promotion départementale		
Foires et expositions	167 000€	165 318,38 €
Catalogues et imprimés	57 000 €	56 975,06 €
Annonces et insertions	3 000 €	/
Sous Total	227 000 €	222 293,44 €
Participation à la Promotion Départementale	60 000 €	54 276,00 €
TOTAL	287 000 €	276 569,44 €

ORIENTATIONS 2010

L'Agence Départementale du Tourisme et nos divers partenaires proposent, pour 2010, diverses actions dont je vous demande d'adopter le principe.

I - Le plan marketing 2010 ci-annexé élaboré par l'A.D.T. sur la base des observations et des études de fréquentation réalisées pendant la saison touristique 2009, en liaison avec la centrale de réservation (SLA 82), qui prévoit de reconduire les quatre grands axes de communication suivants :

- A – les salons grand public ;
- B – les éditions touristiques ;
- C – la communication en direction de la clientèle étrangère ;
- D – le développement des sites touristiques à travers internet.

A – Les salons grand public

Participation du Conseil Général à 19 foires et salons professionnels dont :

▪ Avec l'Agence de Développement Touristique : 9

a) En Europe :

- Micro marché de Barcelone du 17 au 20 mars 2010

b) En France :

- Salon du Tourisme Mahana de Toulouse du 5 au 7 février 2010
- Salon CE à Toulouse les 18 et 19 mars 2010
- Salon CE à Bordeaux les 8 et 9 avril 2010
- Micro marché dans les rues de Toulouse mai/juin 2010 (nouveau)
- MAP PRO à Paris en octobre 2010
- Le 7ème en Fête à Paris en octobre 2010
- Workshop Midi-Pyrénées en novembre 2010
- Salon de l'Agriculture

▪ Avec Pôle Sud Ouest (Tarn-et-Garonne et Lot-et-Garonne) : 9

a) Les Salons sur le marché Parisien :

- "Les Gascons sont là" du 5 au 7 mars 2010
- Destination Nature du 26 au 28 mars 2010
- Marchés Flottants du Sud-Ouest du 17 au 19 septembre 2010
- DEPTOUR à Paris les 11 et 12 janvier 2010
- Salon nautique de Paris décembre 2010

c) Les Marchés Etrangers :

- Salon "The France Show" à Londres du 8 au 10 janvier 2010 (nouveau)
- Salon des vacances d'Utrecht (Pays Bas) du 12 au 17 janvier 2010
- Salon des Vacances de Bruxelles du 4 au 8 février 2010
- Salon SITC de Barcelone du 16 au 18 avril 2010

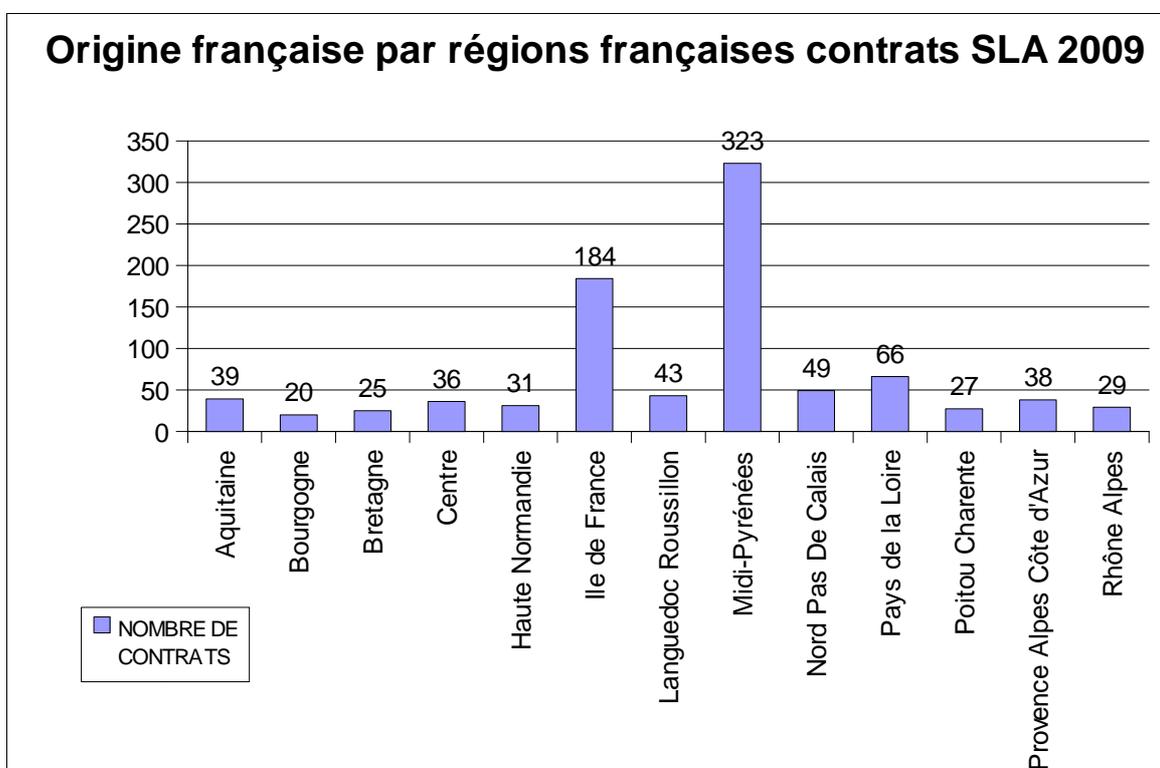
▪ Avec les Chambres Consulaires : 1

- Avec l'Association Interconsulaire : participation au Salon "Saveurs", à l'espace Champeret à Paris, en décembre 2010.

Sur la base d'un échantillon de 508 visiteurs interrogés pendant la saison estivale, il ressort une progression notable de l'Ouest et du Nord de la France et un léger recul des bassins de proximité :

- Midi-Pyrénées (15 %)
- Ile de France (13 %)
- Aquitaine (9 %)
- Pays de la Loire (7 %)
- Nord (6 %)
- Rhône-Alpes (5 %)
- Bretagne (4 %)

En complément de l'enquête 2009, l'origine des touristes nous est fournie par les contrats enregistrés auprès de la centrale de réservation (SLA 82).



B – Les éditions touristiques

Un appel d'offres a été réalisé fin 2006 (reconductible jusqu'en 2010) pour l'édition des documents touristiques départementaux suivants :

- la plaquette départementale de 8 pages en six langues (français, anglais, néerlandais, espagnol, allemand, italien),
- le catalogue Loisirs Accueil,
- le guide des hôtels de tourisme,
- le guide de l'hôtellerie de plein air,
- le dépliant Logis de France,

- le guide locations Clévacances,
- le guide chambres Clévacances,
- le guide Visites Loisirs,
- le guide séjours et journées pour groupes,
- le dépliant carte randonnées,
- les Circuits des Saveurs.

C – La communication

La communication auprès des publics de proximité :

- Une campagne de communication sur le marché toulousain sera initiée en 2010, à l'occasion de l'ouverture de la vélo voie verte ;
- Une page de publicité sera insérée dans Opti'Mômes, magazine toulousain dédié aux familles, dans le cadre d'une opération régionale de promotion.

La communication auprès des clientèles étrangères :

En 2009, l'Agence de Développement Touristique a accueilli neuf journalistes étrangers en provenance d'Espagne, de Grande Bretagne, d'Autriche et de Chine.

Pour 2010, une insertion est prévue dans les cartes et les sites internet de promotion du Canal des 2 mers, site multi-langues.

En ce qui concerne les tendances de la saison touristique d'été vis-à-vis des clientèles étrangères, sur 508 visiteurs interrogés, 18 % sont des étrangers venant principalement de la Belgique, de la Grande-Bretagne ou des Pays-Bas.

D – Le développement du site internet

En 2009, l'Agence de Développement Touristique a procédé à une refonte du site internet. En mars 2009, le nouveau site internet a été ouvert, basé sur l'exploitation des données issues du réseau d'informations touristiques départemental et régional, en lien avec les offices de tourisme. Ce site a été traduit en anglais et en espagnol fin 2009.

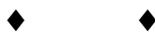
Depuis 2007, la réservation continue sa progression et c'est la raison pour laquelle l'Agence de Développement Touristique propose, en 2010, de se doter d'outils plus adaptés permettant une meilleure commercialisation surtout sur "la réservation en ligne". Une mesure (mesure 13 : développer les outils sur internet, les communication visuels, le e-marketing et les applications mobiles) est proposée dans le cadre du Schéma Départemental de Développement Touristique 2009-2013 afin que les sites thématiques soient de plus en plus attractifs.

De plus, le e-marketing (mailing par internet) permet de fidéliser les clients ou les prospects en leur envoyant régulièrement des messages personnalisés sur leurs centres d'intérêts touristiques.

II - Manifestations départementales : 2

Le Conseil Général participe financièrement à l'organisation de manifestations départementales comme le Concours Agricole (octobre 2010) et le Festival de Jazz (juillet 2010).

Compte tenu de ce qui précède, je vous demanderais de bien vouloir délibérer.



Vu le rapport de Monsieur le Président,

Vu l'avis de la commission aménagement du territoire et tourisme,

Vu l'avis de la commission des finances,

Après en avoir délibéré,

LE CONSEIL GENERAL

I – Plan marketing 2010 :

- Approuve le plan marketing 2010 proposé par l'Agence de développement touristique notamment les actions de promotion suivantes :

A – Salons grand public

Participation du Conseil Général à 19 foires et salons professionnels dont :

▪ Avec l'Agence de développement touristique : 9

a) En Europe :

- Micro marché de Barcelone du 17 au 20 mars 2010

b) En France :

- Salon du Tourisme Mahana de Toulouse du 5 au 7 février 2010
- Salon CE à Toulouse les 18 et 19 mars 2010
- Salon CE à Bordeaux les 8 et 9 avril 2010
- Micro marché dans les rues de Toulouse mai/juin 2010 (nouveau)
- MAP PRO à Paris en octobre 2010
- Le 7ème en Fête à Paris en octobre 2010
- Workshop Midi-Pyrénées en novembre 2010
- Salon de l'Agriculture

▪ Avec Pôle Sud Ouest (Tarn-et-Garonne et Lot-et-Garonne) : 9

a) Les salons sur le marché parisien :

- "Les Gascons sont là" du 5 au 7 mars 2010
- Destination Nature du 26 au 28 mars 2010
- Marchés Flottants du Sud-Ouest du 17 au 19 septembre 2010
- DEPTOUR à Paris les 11 et 12 janvier 2010
- Salon nautique de Paris décembre 2010

c) Les marchés étrangers :

- Salon "The France Show" à Londres du 8 au 10 janvier 2010 (nouveau)
- Salon des vacances d'Utrecht (Pays Bas) du 12 au 17 janvier 2010
- Salon des Vacances de Bruxelles du 4 au 8 février 2010
- Salon SITC de Barcelone du 16 au 18 avril 2010

▪ Avec les Chambres Consulaires : 1

- Avec l'Association Interconsulaire : participation au salon "Saveurs", à l'espace Champeret à Paris, en décembre 2010.

B – Editions touristiques

Un appel d'offres a été réalisé fin 2006 (reconductible jusqu'en 2010) pour l'édition des documents touristiques départementaux suivants :

- plaquette départementale de 8 pages en six langues (français, anglais, néerlandais, espagnol, allemand, italien),
- catalogue Loisirs-Accueil,
- guide des hôtels de tourisme,
- guide de l'hôtellerie de plein air,
- dépliant Logis de France,
- guide locations Clévacances,

- guide chambres Clévacances,
- le guide Visites loisirs,
- le guide séjours et journées pour groupes,
- le dépliant carte randonnées,
- les circuits des saveurs.

C – Communication

communication auprès des publics de proximité :

- campagne de communication sur le marché toulousain, à l'occasion de l'ouverture de la vélo voie verte ;
- page de publicité dans Opti'Mômes, magazine toulousain dédié aux familles, dans le cadre d'une opération régionale de promotion ;

communication auprès des clientèles étrangères :

- insertion dans les cartes et sites internet de promotion du canal des 2 mers, site multi-langues ;

D – Développement du site internet

- l'ADT se dotera en 2010 d'outils plus adaptés permettant une meilleure commercialisation, notamment pour la réservation « en ligne » (mesure 13 du schéma 2009-2013) ;

II - Manifestations départementales : 2

- Concours Agricole (octobre 2010)
- Festival de Jazz (juillet 2010).

III – Budget 2010 :

- Approuve les enveloppes financières suivantes :

<i>IMPUTATIONS</i>	<i>ENVELOPPES</i>	<i>ECHEANCIER DES CREDITS DE PAIEMENT</i>	
	2010	2010	2011
62331.91 Foires et Expositions	167 000 €	145 000 €	22 000 €
6236.91 Catalogues et Imprimés	50 000 €	50 000 €	/

IMPUTATIONS	ENVELOPPES	ECHEANCIER DES CREDITS DE PAIEMENT	
	6231-91 Annonces et insertions	3 000 €	3 000 €
657412.91 Participation à la Promotion Départementale	60 000 €	30 000 €	30 000 €
TOTAL	280 000 €	228 000 €	52 000 €

- Ratifie les crédits suivants au budget départemental :

- . 167 000 € sur l'article 62331 sous-fonction 91 (22 000 € au titre de 2009 et 145 000 € au titre de 2010),
- . 50 000 € sur l'article 6236 sous-fonction 91,
- . 3 000 € sur l'article 6231 sous-fonction 91,
- . 81 643 € sur l'article 657412 sous-fonction 91 (23 700 € au titre de 2007, 27 943 € au titre de 2009 et 30 000 € au titre de 2010).

Adopté à l'unanimité des votants.

Monsieur le Président n'a pas participé au vote.

Le Président,



PLAN MARKETING ET PLAN D' ACTIONS PROGRAMME D' ACTIONS 2010



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

PREAMBULE

Dans l'attente de l'exploitation des données de l'enquête de clientèles 2009, et de l'approbation par l'Assemblée Départementale du Schéma de Développement Touristique 2009-2013, le plan marketing présenté est un « **programme de transition** », permettant d'assurer la continuité des programmes de promotion sur 2010, à travers un certain nombre d'actions qui préfigurent les orientations marketing proposées dans le document final du Schéma.

LES CONSTATS

En 2009, une phase de diagnostic de la filière a été conduite à travers une enquête de clientèles et d'ateliers professionnels dans le cadre de la réflexion autour du prochain schéma de développement touristique :

un diagnostic chiffré

- une **enquête de clientèles** a été menée auprès d'un échantillon représentatif afin d'établir un diagnostic fiable des types de fréquentation, caractéristiques des clientèles, lieux et périodes de fréquentation, dépenses moyennes, niveaux de satisfaction. Le bilan des vagues d'enquêtes de printemps et d'été sont disponibles.
- Cette enquête doit permettre d'enrichir le **diagnostic** complet de l'activité touristique du département, qui a été établi à l'occasion des travaux d'élaboration du Schéma de Développement Touristique.



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Trois objectifs prioritaires ont été proposés dans le cadre du schéma 2009-2013 :

1- Développer l'attractivité du Tarn-et-Garonne et la visibilité de ses offres touristiques

Objectif opérationnel = progression de l'attractivité du territoire et de son contenu d'image, renforcement des atouts du département.

2- Mobiliser les acteurs autour d'une dynamique collective de qualité d'accueil et de services

Objectif opérationnel = engagement de 25% de prestataires touristiques du département dans une démarche de qualité de l'accueil et des services, augmentation du niveau de satisfaction des clientèles du département.

3- Développer la fréquentation de façon équilibrée sur l'année

Objectif opérationnel = croissance supérieure à celle de Midi-Pyrénées en séjours et nuitées, progression des flux hors pleine saison estivale.



Agence de Développement Touristique de Tarn&Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

Les grands principes d'action

- 1- S'inscrire dans les priorités départementales et les valeurs promues par le Conseil Général : solidarité, équilibre des territoires, qualité de vie
- 2- Favoriser la concertation, la coordination et la mise en réseau à tous les échelons
- 3- Privilégier l'approche thématique et affinitaire des marchés et des clientèles
- 4- Considérer le Web marketing et l'utilisation des TIC comme un élément essentiel des stratégies promotion – communication – commercialisation – fidélisation
- 5- Evaluer, mesurer et rendre compte régulièrement



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

AXES STRATEGIQUES POUR 2010

AXE 1 Définir le projet tourisme et le partager avec les acteurs

Validation du projet de Schéma Départemental de Développement Touristique

Objectif : fixer un point de départ à l'action et fixer les priorités

Actions : enquête de clientèles départementale et mise en place du Schéma Départemental de Développement Touristique

Préconisation : constitution d'un comité de pilotage constitué d'élus et de représentants des acteurs du tourisme (des collèges) afin d'assurer le suivi des actions.

Organiser des groupes de travail thématiques, et des clubs de partenaires.

Informé et échanger avec les acteurs du tourisme.

AXE 2 : Animation de la production

- Développer une politique de création de produits thématiques « tourisme et loisirs », en phase avec les attentes et les comportements des cibles de clientèles

- **Objectif :**

- Conquérir de nouvelles clientèles au travers d'une gamme de produits touristiques diversifiées, plus adaptées à leurs attentes.

- **Actions :**

Il s'agit de développer et promouvoir une gamme de « produits touristiques » à partir des offres existantes et par la création de produits nouveaux, autour des thématiques affinitaires pour le Tarn-et-Garonne, notamment :



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

- Thématiques prioritaires :
 - les courts séjours : week-ends thématiques * ;
 - l'itinérance : vélo, pédestre, équestre, fluviale... * ;
 - le tourisme familial * ;
 - les séjours enfants ;
 - la baignade et les loisirs nautiques (bases de loisirs) ;
 - l'art et le patrimoine et l'événementiel culturel ;
 - les loisirs et sports de pleine nature ;
 - la gastronomie, la restauration de caractère et les bistrots de pays ;
 - les hébergements de charme et de caractère ;
- Thématiques secondaires
 - les parcs et jardins, les villages fleuris ;
 - le tourisme insolite ;
 - le tourisme de nature et l'éco-tourisme ;
 - le tourisme accessible / l'offre "Tourisme et Handicap * ».

- Cette large gamme de produits devra être modulable et se traduire aussi bien par des offres d'itinéraires thématiques et de circuits, de courts séjours en packages « dynamiques », d'offres insolites et rares, d'offres économiques, etc....

* thématiques prioritaires en 2010

AXE 3 " accentuation des actions de promotion sur les cibles prioritaires "

Concentration des moyens sur des marchés prioritaires et sur des cibles « thématiques »

- Objectifs :

- Renforcer la stratégie de conquête des clientèles de proximité françaises et européennes (en priorité : Toulouse et Espagne) dans un double objectif d'étalement de la fréquentation touristique et de croissance du niveau moyen de la consommation.

- Actions :

- Individuels:

Il est proposé de cibler en priorité les clientèles suivantes :

- Clientèles françaises :
 - 1- clientèles familiales urbaines de proximité (Midi-Pyrénées, Aquitaine) avec une priorité sur **le bassin toulousain**
 - 2- clientèles familiales urbaines avec une priorité sur les bassins Paris-Île-de-France,
 - 3- clientèles couples et clientèles seniors de proximité (Midi-Pyrénées, Aquitaine)



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

- Clientèles étrangères :
 - 1- clientèles de couples urbains **espagnols** (clientèle de grande proximité) intéressés par les visites culturelles ;
 - 2- clientèles seniors urbaines de Belgique, Royaume-Uni et Pays-Bas
 - 3- clientèles familiales urbaines de Belgique et Pays-Bas

- Il est proposé de formaliser une convention annuelle d'actions partenariales de conquête de clientèles avec des organismes interdépartementaux et interrégionaux (Pôle Sud Ouest, CRT, Tarn-Aveyron-Lot).

- Groupes :

- Définir un programme d'action en direction des clientèles d'affaires d'une part (notamment **séminaires**) et de clientèles de groupes d'autres part (autocaristes, comités d'entreprise, petits clubs d'activités de pleine nature – ex. clubs de randonnées, de vélo, clubs sportifs...).

- Pour les groupes, il est proposé de cibler en priorité **les bassins de proximité à moins de trois heures** (intégrant l'axe Nord-Sud avec Brives et Limoges), en distinguant :

- o Les cibles à conforter : autocaristes, comités d'entreprise
- o Les cibles nouvelles à développer : les petites groupes d'activités de pleine nature ou sportifs.

- Pour les séminaires, il est proposé de cibler en priorité **les bassins de proximité (en priorité l'agglomération toulousaine)** et d'élargir les actions dans deux directions :

- o informer pour faire revenir la clientèle d'affaires en loisirs,
- o constituer un réseau d'entreprises et acteurs leaders locaux, « ambassadeurs » de la destination pour l'organisation de séminaires dans le département.

- Cette mesure sera développée dans le cadre d'un **partenariat** avec l'ADE, la CCI, le CRT, les OT et professionnels concernés.

- Thématiques : « l'itinérance : thématique prioritaire »

- **Itinérance** : cible de randonneurs, cyclotouristes,
- Tourisme familial : loisirs et tourisme de proximité
- Courts-séjours de proximité



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

AXE 4: Qualification de l'accueil et des services

- **Objectifs** : Développer le niveau de qualité de services pour renforcer et améliorer la différenciation des offres du Tarn-et-Garonne, satisfaire les clientèles et optimiser la consommation touristique sur le territoire.

- **Actions** :

- Il est proposé la mise en place d'une démarche « **Services compris** » (qualité des prestations et des services) qui valorise des « **engagements qualité** » pris par les prestataires.

- Il ne s'agira pas de créer des normes supplémentaires ou un label de plus, mais de valoriser les professionnels qui s'engagent dans une **démarche collective de progrès continu**, de travail en réseau et qui s'inscrivent dans le positionnement et les valeurs du département.

= Travailler à la mise en œuvre d'une démarche spécifique d'accompagnement à la production de services. L'idée est de former les acteurs du tourisme à développer le chiffre d'affaires en local, en développant les ventes auprès des clients présents sur le territoire. Concept de « **service compris** » : gestion performante de la relation au client.

AXE 5: Mise en marché de l'offre touristique

Mise en test de la plateforme d'informations et de réservations de l'offre touristique départementale

Objectif : permettre une meilleure diffusion de l'offre du Tarn et Garonne

Actions :

- Animation du réseau d'informations touristique avec un partage de la collecte d'informations et une multi-diffusion de cette information
- Amélioration progressive du site interne départemental avec accès à cette base unique d'informations, de gestion des disponibilités et de réservation
- Accentuer la dimension commerciale de la plateforme en développant les partenariats avec des prestataires (opérations test en 2010 pour un déploiement complet en 2011)

Préconisation : donner un caractère innovant à la mise en place de cette plateforme en investissant sur un programme de « rich médias » : valorisation visuelle de l'offre, visuels panoramiques pour les sites de visites et sites naturels remarquables, multi-visuels pour chaque hébergement, clips vidéos intégrés au site internet, véritable valeur ajoutée à la présentation de la destination.



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

AXE 6 : Faire évoluer la communication et optimiser les outils

- Objectifs :

- Développer la notoriété et la visibilité des offres et produits majeurs du département auprès des **médias spécialisés off et on line**.
- Concentrer la politique d'éditions autour des thématiques stratégiques à valoriser.
- Avoir **un comportement durable** en matière d'éditions touristiques et le valoriser auprès du grand public.
- Rechercher une complémentarité entre les éditions et les outils web.

- Actions :

- Il est proposé d'agir en priorité sur les points suivants :

- priorité aux **éditions thématiques** : carte touristique enrichie, éditions sur l'itinérance, les saveurs du terroir...
- réalisation des éditions dans **un esprit de « durabilité »** : papier recyclé, méthodes d'impression...
- importance de la remontée d'information et des partenariats avec les éditeurs : Routard, Petit Fûté...
- importance des accueils de presse et de l'alimentation permanente des médias spécialisés (en rapport avec les thématiques prioritaires choisis par le département).
- Définir un programme pluri-annuel de développement des outils (notamment au travers de **mini-sites thématiques dédiés**), permettant de faire évoluer le site Internet de l'ADT en fonction des objectifs du plan marketing et des résultats obtenus.
- Développer de nouveaux outils de communication visuels : vidéos et photos.
- Intégrer des **espaces collaboratifs** ouverts à des **témoignages** d'acteurs, d'habitants et de visiteurs.
- Développer l'audience en réalisant des **campagnes annuelles d'acquisition d'audience** (référencement naturel, achats de mots clés, politiques de liens, partenariats avec des sites affinitaires).
- Développer des **campagnes d'e-mailings** de conquête et de fidélisation (newsletters) des clientèles en partenariat avec les offices de tourisme et les prestataires.



Agence de Développement Touristique de **Tarn & Garonne**

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

AXE 7: Sensibilisation des habitants

Objectif : sensibiliser les habitants du Tarn et Garonne à leur patrimoine et valoriser le tourisme en tant que filière économique

Actions :

- Campagne de promotion interne dans le journal du Conseil Général et diffuser dans tous les foyers « **le printemps du tourisme en Tarn et Garonne** » : à l'occasion de l'inauguration de la vélo voie verte.
- Envoi d'une information de bienvenue aux nouveaux arrivants
- Organisation d'une journée « grand public » pour valoriser l'offre de loisirs auprès des habitants.



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

PLAN D' ACTIONS

PREVISIONNEL 2010



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

Le programme d'actions prévisionnel a été validé :

- par le Conseil d'Administration de l'Agence de Développement Touristique du 26 octobre 2009
- par les élus du Conseil Général lors de la DM2

Le programme d'actions a été présenté :

- au collège des offices de tourisme le 27 novembre 2009
- au collège Clévacances le 14 janvier 2009

Marché français 2010

Marchés prioritaires

1. Clientèles familiales urbaines, couples et seniors de proximité (Midi-Pyrénées et Aquitaine) avec une priorité sur le **marché toulousain**
2. Clientèles familiales urbaines avec une priorité sur les marchés **Paris-Ile de France,**

Objectifs

1. Positionner le Tarn et Garonne en tant que destination de proximité pour les bassins urbains de Toulouse et Bordeaux
2. Promouvoir des lignes de produits thématiques (courts-séjours, randonnées vélo et pédestre, tourisme de terroir, tourisme en famille)

Promouvoir les offres de séjours groupes, CE et séminaires auprès des intermédiaires.



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

Actions Marché Français 2010

Grand Public France	Grand public France : développement du site internet général et acquisition d'audience. Développement d'actions de e-marketing sur la base de données départementale.
Thématique Itinérance	Participation au Salon « Destination Nature à Paris », salon spécialisé sur la randonnée pédestre et les sports nature. Participation au Salon Nautique avec Pôle Sud Ouest. Création d'un mini-site internet dédié à l'itinérance .
Thématique terroir	Participation à des opérations mixtes « tourisme et gastronomie » : les Gascons sont là*, le Salon de l'Agriculture, les Marchés Flottants*, le 7 ^{ème} en Fête, le Salon Saveurs.
Presse France	Réalisation d'un dossier de presse mettant en scène les thématiques prioritaires/envoi d'une newsletter presse et participation à DEPTOUR , le rendez-vous annuel avec la presse. Développement des accueils de presse thématiques.
Professionnels	Participation au MAP PRO à Paris : salon des autocaristes et agences de voyages. Constitution d'une fichier professionnel et élaboration d'un manuel des ventes.



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

Actions Marchés de Proximité

Grand Public Toulouse	Animation du site « a30minutesdetoulouse.com » par saison. Diffusion d'une lettre d'informations par saison : printemps, automne, hiver. Fidélisation par l'envoi régulier de e-newsletters à notre fichier de proximité. Salon Mahana à Toulouse.
Thématique Randonnée	Campagne de communication à Toulouse à l'occasion de l'inauguration de la vélo-route voie verte entre Toulouse, Moissac, Valence d'Agen. Création d'un micro-site dédié à l'itinérance.
Thématique terroir	Projet de micro-marché dans les rues de Toulouse (sous réserve de confirmation des espaces)
Grand Public Bordeaux	Le salon de Bordeaux a disparu. Pas d'opération grand public en 2010.
Presse Régionale	Envoi d'une e-newsletter presse régulière à la presse régionale , valorisant les nouveautés, les courts-séjours et les thématiques des accueils de presse thématiques. Organisation d'un voyage de presse pour valoriser la vélo-route voie verte.
Professionnels	Participation aux salons CE de Toulouse et Bordeaux , avec recherche de partenariats. Constitution d'un fichier des CE et envoi mutualisé d'informations « spécial CE ». Démarchage des associations et clubs de randonneurs et cyclotouristes de la Haute Garonne.



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36
info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

Marchés Etrangers 2010

Marchés prioritaires

1. Clientèles de couples et seniors urbains d'**Espagne** avec une priorité sur la Catalogne.
2. Clientèles de couples et seniors urbains de **Belgique, Royaume-Uni et Pays-Bas**
3. Clientèles familiales urbaines de **Belgique et Pays-Bas**.

Objectifs

Positionner l'offre du Tarn et Garonne dans l'offre régionale Midi-Pyrénées et en partenariat avec Pôle Sud-Ouest, le CRT Midi-Pyrénées et les départements limitrophes.
Sur la Belgique et l'Espagne, développer la clientèle des groupes.



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36
info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

Actions Marchés Etrangers

Grand Public européen	Traduction du site internet en anglais et en espagnol.
Espagne	Micro-marché à Barcelone 17-20 mars (partenariat Tarn-Aveyron-Lot) Salon SITC Barcelone : 16-18 avril (Pôle Sud-Ouest)
Grande Bretagne	Participation au dispositif CRT-Atout France sur le thème du cyclotourisme. Participation au Salon the France Show à Londres du 8 au 10 janvier.
Belgique	Participation au Salon des Vacances de Bruxelles avec P.S.O Participation au workshop « autocaristes » spécial Midi-Pyrénées en novembre
Pays-Bas	Salon d' Utrecht du 12 au 17 janvier. La région Midi-Pyrénées est hôte d'honneur, avec une promotion spéciale sur le thème des itinéraires vélo (tiré à part spécial véloroutes et voies vertes). L'ADT propose de tenir un stand avec Pôle Sud-Ouest.
Tous marchés	Accueils de presse.



Agence de Développement Touristique de **Tarn & Garonne**

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36
info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

Actions de Communication Interne

Objectif : sensibiliser les habitants du Tarn et Garonne à leur patrimoine et valoriser le tourisme en tant que filière économique

Actions :

- Campagne de promotion interne dans le journal du Conseil Général et diffusée dans tous les foyers « **le printemps du tourisme en Tarn et Garonne** » : à l'occasion de l'inauguration de la vélo-voie verte.
- Envoi d'une information de bienvenue **aux nouveaux arrivants**
- Organisation **d'un salon du tourisme départemental professionnel et grand public** pour valoriser l'offre touristique de loisirs auprès des professionnels et des habitants.
- **Information aux entreprises** de Tarn et Garonne afin de valoriser les lieux de séminaires (avec l'ADE)



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36
info@tourisme82.com • www.tourisme82.com

Outils de Communication

Objectif : faire évoluer les outils de communication en 2010 pour une nouvelle communication « durable » en 2011

Actions :

- Constitution d'une **photothèque et création d'un clip** (en partenariat avec le service communication du Conseil Général)
- Travail sur l'évolution de la charte graphique dans un esprit de « **communication durable** » (papier recyclé, réduction des formats et du nombre)
- Création de **dépliants thématiques** en lien avec les thèmes prioritaires du Schéma : « itinérance », « le Tarn et Garonne Junior », « la Vélo-voie verte » et « les Bases de Loisirs » et éditions saisonnières valorisant les courts séjours.



Agence de Développement Touristique de Tarn & Garonne

BP 534 - 82005 Montauban Cedex • Tél : 05 63 21 79 65 • Fax : 05 63 66 80 36

info@tourisme82.com • www.tourisme82.com