

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

2^{ème} RÉUNION DE 2013

Séance du 21 février 2013

CG 13/2^{ème}/VII-03

L'an deux mille treize, le 20 février, les membres du Conseil Général légalement convoqués se sont réunis à l'Hôtel du Département sous la présidence de M. Jean-Michel BAYLET, Président du Conseil Général. Après avoir constaté le quorum légal, l'Assemblée départementale peut valablement délibérer.

Présents ou ayant donné procuration de vote : Mme Sardeing-Rodriguez, MM. Albert, Astoul, Astruc, Aurientis, Baylet, Bésiers, Cambon, Capayrou, Dagen, Deprince, Descazeaux, Empociello, Garrigues Francis, Garrigues Roland, Gonzalez, Guillamat, Hébral, Lacombe, Lavabre, Marty Michel, Marty Patrick, Massip, Mouchard, Quéreilhac, Raynal, Roger, Roset, Tabarly et Viguié.

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 2012

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 2012 à **14 salons ou micro-marchés en France et à l'étranger**, dont 2 dans le cadre de Pôle Sud Ouest,

▪ Réédition de l'ensemble des publications relatives aux différentes filières du tourisme :

- Loisirs Accueil, Logis de France, meublés et chambres d'hôtes "Clévacances", gîtes et chambres d'hôtes "Gites de France", hôtellerie de plein air, hôtels, Lettres de saison (printemps), Itinérances et Cartes touristiques. Ainsi que le Tarn-et-Garonne en famille, le Tarn-et-Garonne les pieds dans l'eau et la Vélo Voie Verte qui sont édités depuis 2011.

▪ Participation aux différentes manifestations et à la création d'évènements à vocation culturelle et touristique permettant de réaliser une valorisation des produits du terroir (Festival de jazz, 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,
- 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 2012 s'établit ainsi :

FONDS DEPARTEMENTAL DE PROMOTION	ENGAGEMENTS 2012
Promotion départementale	
Foires et expositions	83 217,88 €
Annonces et insertions	892,12 €
Participation à la promotion départementale (PROM)	53 788,00 €
TOTAL	137 898,00 €
Promotion départementale ADT	
Foires et expositions	73 148,40 €
Catalogues et imprimés touristiques	47 768,24 €
Annonces et insertions	2 500,00 €
Participation à la promotion départementale (ADTG)	182 744,31 €
TOTAL	306 160,95 €

ORIENTATIONS 2013

L'Agence de Développement Touristique et nos partenaires proposent, pour 2013, diverses actions dont je vous demande d'adopter le principe.

Le plan marketing 2013 tel qu'annexé est **élaboré par l'Agence de Développement Touristique** sur la base des observations et des études de fréquentation réalisées pendant la saison touristique 2012 et ce, en relation avec la centrale de réservation (Service Loisirs Accueil 82). Les objectifs pluriannuels suivants ont été définis :

- **renforcer la notoriété du Tarn-et-Garonne** comme une destination touristique en Midi-Pyrénées,

- **développer des actions de promotion** positionnées au printemps et à l'automne afin d'assurer une bonne fréquentation pendant les 10 semaines de haute saison mais aussi d'étendre à des périodes d'avant-saison et durant les vacances scolaires,

- **amplifier des actions de "web-marketing"** qui permettront de sensibiliser et d'attirer nos clientèles à des moments liés à des événements touristiques particuliers.

Ainsi, le plan marketing prévoit de reconduire les cinq grands axes de communication suivants :

- A - les salons grand public et professionnels (français et étrangers) ;
- B - le web-marketing (sites internet, bannières, e-marketing) ;
- C - le développement des sites touristiques en lien avec de nouveaux outils de communication ;
- D - les campagnes de communication ;
- E- les éditions touristiques.

A – Les salons

Participation du Conseil Général à 12 salons professionnels et grand public dont :

- Avec l'Agence de Développement Touristique : 12

- a) Sur le marché français :**

- Salon du Tourisme Mahana de Toulouse du 8 au 10 février 2013
 - Salon des vacances de Nantes du 15 au 17 février 2013
 - Salon international de l'Agriculture du 23 février au 3 mars 2013
 - Salon mondial du tourisme à Paris du 21 au 24 mars 2013
 - Rendez-vous France les 26 et 27 mars 2013-
 - Bordeaux Fête le Fleuve du 21 au 23 juin 2013
 - Map Pro en octobre 2013
 - Le 7ème en Fête à Paris en octobre 2013

- Les marchés flottants du Sud-Ouest du 13 au 17 septembre 2013 sous maîtrise d'ouvrage des trois Comités Départementaux du Tourisme.

b) Sur le marché européen :

- Salon des vacances de Bruxelles du 31 janvier au 4 février 2013
- SEVATUR San Sebastien du 15 au 17 mars 2013
- SITC Barcelone du 19 au 21 avril 2013

Manifestations départementales : 5

Le Conseil Général participe financièrement à l'organisation des manifestations départementales majeures suivantes sur lesquelles l'Agence de Développement Touristique est présente :

- le festival "Alors Chante" au mois de mai
- le festival de Jazz en juillet
- la fête du goût et des saveurs à la ferme du Ramier fin juillet
- la fête des vendanges au Domaine de Montels en septembre
- le Concours Agricole en octobre

B – Le web-marketing (sites internet, bannières, e-marketing)

L'ADT gère deux sites internet "www.tourisme82.fr" et "www.a30mndetoulouse.com" et lance régulièrement des opérations de e-marketing sur sa base de données clients. En 2012, 146 120 visiteurs se sont connectés sur le site.

En 2013, l'ADT lancera la refonte du site internet "tourisme" afin de l'adapter à la mobilité, et intégrer les circuits de randonnées pédestres et cyclotouristes.

Un blog sera mis en place afin d'actualiser plus régulièrement les informations contenues dans le site.

Une bannière annuelle web sera placée, en 2013, sur le site national "www.canaletvoieverte.com", afin d'assurer la promotion de l'axe cyclable.

Des e-magazines seront développés pour une consultation en ligne des informations touristiques.

Pour cela, une subvention départementale est prévue sur 2013 pour conduire la mise à jour et l'actualisation de ce site.

Les relations avec la presse :

En 2012, 44 journalistes dont 24 accueils de presse ont été accueillis en Tarn-et-Garonne au titre des actions vers les marchés français et européens.

En 2013, un certain nombre de visites thématiques est prévu avec notamment les rencontres presses nationales DEPTOUR à Paris.

Dans le cadre des "rendez-vous France", une délégation de journalistes étrangers sera accueillie en mars sur les thèmes "culture et vignoble" et "Chemin de Saint-Jacques".

Une télévision belge sera aussi accueillie au printemps sur la thématique du cyclotourisme.

Enfin, une information régulière sera organisée afin de valoriser les nouveaux produits touristiques auprès des journalistes.

C – Le développement des sites touristiques en lien avec les outils de communication :

Il s'agit là de faire évoluer les outils de communication à travers un programme pluriannuel. Je vous rappelle qu'en 2011 :

- **Une charte graphique** a été établie dans cet esprit de communication "durable" dont le slogan est "**au fil de vos envies**". Elle est mentionnée sur l'ensemble des documents promotionnels relatifs au tourisme et sur les stands de promotion.

a) L'animation des filières

- **L'animation du "club des sites" créé en 2011** et l'approvisionnement du réseau de diffusion départemental : il s'agit de regrouper l'ensemble des acteurs gestionnaires de sites de visites. Pour cela, un club de professionnels a été mis en place afin de pouvoir mutualiser la diffusion des brochures touristiques sur le territoire départemental. Le Club compte 24 membres, 40 points de diffusion (sites et offices de tourisme) et 40 hébergements dotés d'un présentoir soit 80 points de diffusion sur le département.

Pour 2013, cinq nouveaux sites ont rejoint le Club (château de Cas, Ecomusée de Caylus, association des canoës, Musée d'Histoire Naturelle et Musée de la Résistance à Montauban).

Au total, **29 sites** sont représentés dans le Club des Sites.

- **La valorisation de l'itinérance** : pour cela plusieurs projets sont à l'étude pour 2013, à savoir :

- une démarche de labellisation "accueil vélo" des hébergements situés sur les axes vélo voie verte et vélo route ;

- une démarche de labellisation de 50 itinéraires de petites randonnées répondant aux critères du label du Comité Départemental de la Randonnée Pédestre ;
- la promotion de la boucle équestre du Sud-Quercy et sa déclinaison VTT ;
- la mise en place des itinéraires de jonction vélo au départ de la Vélo Voie Verte.

b) Le dispositif d'écrans dynamiques

- **l'animation en 2013 de la web-TV mise en place en 2012 dans le réseau des Offices de Tourisme** : le clip "tourisme" sera complété de nouveaux formats vidéo.

D – Campagne de communication

En 2012, l'ADT a étudié pour le printemps une campagne de communication sur les bassins de clientèles de Bordeaux et de Toulouse mettant en valeur des offres de courts-séjours regroupées dans des magazines web et valorisées dans des supports de communication régionaux (Aquitaine et Midi-Pyrénées).

Pour 2013, deux projets sont à l'étude en matière de communication touristique :

1 – En partenariat avec le Comité Régional du Tourisme, une campagne de communication sera mise en place dans le métro londonien, dans la presse et sur un site internet dédié valorisant les Grands Sites de Midi-Pyrénées (Moissac et le Canal pour le Tarn-et-Garonne).

2 – Sur les marchés de proximité, une campagne de communication sera mise en place sur les bassins de clientèles de Bordeaux et de Toulouse mettant en valeur des offres de courts-séjours et la Vélo Voie Verte, afin de développer les courts-séjours hors périodes estivales.

E – Les éditions touristiques

Un appel d'offres a été réalisé fin 2012 pour l'édition des documents touristiques départementaux suivants :

- Club des sites
- Week-ends, séjours et locations en Tarn-et-Garonne (Loisirs Accueil)
- Meublés Clévacances
- Chambres d'hôtes Clévacances
- Locations Gîtes de France
- Chambres d'hôtes Gîte de France
- Carte touristique (français, anglais, espagnol, néerlandais)
- Le Tarn-et-Garonne en famille
- Le Tarn-et-Garonne les pieds dans l'eau

- Carte Vélo Voie Verte du Canal des 2 Mers
- Dossier Presse
- Manuel des ventes professionnel (français/anglais)
- Itinérances en Tarn-et-Garonne
- Carte hôtels
- Carte Logis de France
- Carte campings
- Pochettes

De plus, une édition nouvelle a été réalisée concernant la valorisation de la boucle équestre du Sud-Quercy.

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

Prend acte du bilan 2012 ;

Orientations 2013

Approuve le plan marketing 2013 élaboré par l'Agence de développement touristique selon les objectifs suivants :

- . renforcer la notoriété du Tarn-et-Garonne,
- . développer des actions de promotion positionnées au printemps et à l'automne,
- . amplifier des actions de « web-marketing » ;

Décide à cet effet de reconduire les actions de communications suivantes telles que sus-détaillées :

- les salons grand public et professionnels (français et étrangers) ;
- le web-marketing (sites internet, bannières, e-marketing) ;

- le développement des sites touristiques en lien avec de nouveaux outils de communication ;
- les campagnes de communication ;
- les éditions touristiques.

Adopte une autorisation de programme de 60 000 € et prévoit les crédits de paiements de 30 000 € en 2013 et 30 000 € en 2014 pour la mise à jour et l'actualisation du site Internet de l'Agence de Développement Touristique ;

Approuve les enveloppes financières suivantes :

IMPUTATIONS	ENVELOPPES 2013	ECHEANCIER DES CREDITS DE PAIEMENT	
		2013	2014
6231-91 -			
Annonces et insertions tiers	2 000 €	2 000 €	/
Annonces et insertions ADT (ADTG)	2 500 €	2 500 €	/
62331-91 -			
Foires et Expositions	87 000 €	70 000 €	17 000 €
Foires et Expositions ADT (ADTG)	73 000 €	73 000 €	
6236.91 - Catalogues et Imprimés ADT	55 000 €	55 000 €	/
657412.91 -			
Participation à la Promotion Départementale (PROM)	57 000 €	37 000 €	20 000 €
Participation à la Promotion Départementale ADT (ADTG)	167 377 €	167 377 €	/
20512.94 -			
Site ADT (ADTG)	60 000 €	30 000 €	30 000 €
TOTAL	503 877 €	436 877 €	67 000 €

-Ratifie les crédits de paiement suivants sur le budget départemental :

2 000 € sur l'article 6231 sous-fonction 91 - annonces et insertions tiers,
2 500 € sur l'article 6231 sous-fonction 91 - annonces et insertions ADT,
70 000 € sur l'article 62331 sous-fonction 91 - foires et expositions,
73 000 € sur l'article 62331 sous-fonction 91 - foires et expositions ADT,
55 000 € sur l'article 6236 sous-fonction 91 - catalogues et imprimés ADT,

65 822 € sur l'article 657412 sous-fonction 91- promotion départementale (8 573 € au titre de 2010, 20 249 € au titre de 2012 et 37 000 € en 2013),
167 377 € sur l'article 657412 sous-fonction 91- promotion départementale ADT,
30 000 € sur l'article 20512 sous-fonction 94 – site ADT.

Adopté à l'unanimité.

Le Président,