

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

**2<sup>ème</sup> RÉUNION DE 2014**

**Séance du 28 janvier 2014**

CG 14/2<sup>ème</sup>/VII-03

*L'an deux mille quatorze, le 27 janvier, 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 œuvre 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 2013**

Au cours de l'année, la Commission Départementale de Promotion a examiné plusieurs dossiers qui ont fait l'objet d'une décision en Commission Permanente. La liste de ces dossiers figure en annexe I du présent rapport.

Ces opérations correspondent à la promotion portée par le Conseil Général (1) et par nos partenaires (2) :

1) **la promotion institutionnelle programmée par le Conseil Général** a été assurée d'une part, à travers la participation à 10 salons ou micro-marchés en France et à l'étranger, d'autre part par la réédition, annuelle, de l'ensemble des publications relatives aux différentes filières du tourisme et enfin, grâce à la participation aux différentes manifestations à vocation culturelle et touristique, afin de valoriser les produits du terroir :

- le Festival de Jazz,
- le Concours Agricole départemental,
- la Fête du Goût et des Saveurs,
- la Fête des Vendanges,
- "Alors Chante !",
- les Marchés Flottants à Paris,
- la Fête de la Gastronomie.

2) **Quant aux opérations promotionnelles émanant de nos partenaires** ; elles ont été réalisées dans le cadre des contrats de pays, ou par nos partenaires consulaires notamment dans le domaine de la gastronomie et de la valorisation des produits des terroirs.

Le bilan financier 2013 s'établit ainsi (cf. annexe I) :

<b>FONDS DEPARTEMENTAL DE PROMOTION</b>	<b>ENGAGEMENTS 2013</b>
<b>Promotion départementale</b>	
Foires et expositions	82 463,21 €
Annonces et insertions	1 473,59 €
Participation à la promotion départementale (PROM)	56 624,00 €
<b>SOUS-TOTAL (A)</b>	<b>140 560,80 €</b>
<b>Promotion départementale ADT</b>	
Foires et expositions	71 070,92 €
Catalogues et imprimés touristiques	52 313,05 €
Annonces et insertions	2 047,55 €
Participation à la promotion départementale (ADTG)	170 017,59 €
<b>SOUS-TOTAL (B)</b>	<b>295 449,11 €</b>
<b>TOTAL (A + B)</b>	<b>436 009,91 €</b>

### **ORIENTATIONS 2014**

L'Agence de Développement Touristique et nos partenaires proposent, pour 2014, diverses actions dont je vous demande d'adopter le principe.

Chaque année, l'ADT propose un plan marketing (cf annexe II) sur la base des observations de la saison touristique 2013. Il poursuit, je vous le rappelle les objectifs pluriannuels suivants :

- **renforcer la notoriété du Tarn-et-Garonne** comme une destination touristique en Midi-Pyrénées,
- **développer des actions de promotion** au printemps et à l'automne afin d'étendre la période de fréquentation,
- **amplifier les actions de "web-marketing"** propres à attirer nos clientèles à des moments liés à des événements touristiques particuliers.

Cette année, le Conseil Général a signé un "**Contrat de Destination**" avec l'ensemble des partenaires concernés, et le Ministère du Tourisme, ce qui viendra compléter **d'un sixième axe majeur le plan marketing 2014** :

- 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,
- F- le Contrat de Destination.

#### **A – LES SALONS**

Il est prévu 16 manifestations (salons grand public, rendez-vous professionnels et accueils de tour-opérateurs) dont la moitié sur les marchés européens.

##### **Sur le marché français :**

- Salon des vacances de Nantes du 14 au 16 février 2014,
- Salon du Tourisme Mahana de Toulouse du 21 au 23 février 2014,
- Salon international de l'Agriculture du 22 février au 2 mars 2014,
- Workshop Destination Midi-Pyrénées le 14 mars à Toulouse,
- Pré-tour Destination Midi-Pyrénées les 15 et 16 mars 2014 à Toulouse,
- Salon mondial du tourisme à Paris du 20 au 23 mars 2014,
- Bordeaux Fête le Vin du 26 au 29 juin 2014,
- Les marchés flottants du Sud-Ouest du 12 au 14 septembre 2014 sous maîtrise d'ouvrage des trois Comités Départementaux du Tourisme,
- Workshop Rn2d à Paris le 7 octobre 2014.

##### **Sur le marché européen :**

- Workshop Pays-Bas à Amsterdam les 3 et 4 février 2014,
- Salon des vacances de Bruxelles du 6 au 10 février 2014,
- SEVATUR San Sebastien du 14 au 16 mars 2014,

- Pré-tour "Rendez-vous en France" les 29 et 30 mars 2014 en Tarn-et-Garonne,
- "Rendez-vous en France" à Clermont Ferrand les 1<sup>er</sup> et 2 avril 2014 : accueil de Tour-Opérateurs (marchés européens et tour-opérateurs étrangers),
- SITC Barcelone du 4 au 6 avril 2014,
- Workshop Grande-Bretagne le 29 novembre 2014.

Par ailleurs, je vous propose de reconduire notre participation aux manifestations départementales citées dans le bilan, en ajoutant toutefois un événement important : **la valorisation du loisir "pêche" et des milieux aquatiques du Tarn-et-Garonne** le 1er juin 2014 à la Base de Plein Air et de Loisirs du Tarn et de la Garonne à Saint-Nicolas de la Grave.

## **B – LE WEB-MARKETING (sites internet, bannières, e-marketing)**

Après y avoir travaillé en 2013, l'ADT lancera en 2014 la nouvelle version 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. Cela permettra d'accroître le nombre de visites qui est constant entre 2012 et 2013 (environ 143 000 visites).

Une bannière annuelle web sera placée, en 2014, sur le site national "[www.canaletvoieverte.com](http://www.canaletvoieverte.com)", afin d'assurer la promotion de l'axe cyclable.

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

### **Les relations avec la presse**

**En 2013**, 42 journalistes dont 19 accueils de presse ont été reçus en Tarn-et-Garonne au titre des actions destinées aux marchés français et européens.

#### **Thématiques :**

- Les grandes étapes de St Jacques,
- Culture et Vignobles,
- Patrimoine et gastronomie,
- Les jardins extraordinaires,
- Fluvial et vélo voie verte,
- Famille et loisirs de plein air,
- Tourisme et Handicap,
- Les plus belles chambres d'hôtes.

**En 2014**, un certain nombre d'accueils thématiques est prévu avec notamment les rencontres presses nationales DEPTOUR à Paris les 13 et 14 janvier 2014. Un travail de presse sera réalisé sur le marché des Pays Bas au cours du workshop presse Amsterdam le 4 février 2014. Enfin, une information régulière sera organisée afin de valoriser les nouveaux produits touristiques auprès des journalistes, par l'envoi d'une **newsletter à la presse**.

## **C – LE DEVELOPPEMENT DES SITES EN LIEN AVEC LES OUTILS DE COMMUNICATION**

- **L'animation du "Club des Sites" créé en 2011**, regroupe l'ensemble des acteurs gestionnaires de sites de visites et mutualise la diffusion des brochures touristiques sur le territoire. Le Club **compte 29 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 mémoire en 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).

- **La valorisation de l'itinérance** : dans la droite ligne de 2013, nous allons poursuivre la mise en œuvre des projets suivants :

- . la labellisation "accueil vélo" des hébergements situés sur les axes vélo voie verte et vélo route (en 2013, **11 sites labellisés**),
- . une démarche de labellisation de 50 itinéraires de petites randonnées répondant aux critères du label du Comité Départemental de la Randonnée Pédestre (en 2013, **23 circuits labellisés**),
- . la promotion de la boucle équestre du Sud-Quercy et sa déclinaison VTT,
- . le déploiement du programme de signalisation des itinéraires,
- . la valorisation des itinéraires de jonction vélo au départ de la Vélo Voie Verte : sur les 21 circuits réalisés en 2013, **la signalisation va s'achever en 2014.**

- **quant à l'animation de la web-TV mise en place en 2013 dans le réseau des Offices de Tourisme**, le programme de diffusion sera complété, en 2014, par des vidéos "Club des Sites" et des vins du Brulhois.

## **D – CAMPAGNE DE COMMUNICATION**

**En 2014**, deux projets seront menés en matière de communication touristique dans la continuité des actions engagées en 2013 :

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.

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 EDITIONS TOURISTIQUES**

Un appel d'offres a été réalisé fin 2013 comme chaque année pour l'édition des documents touristiques départementaux désormais classiques, avec un effort particulier de traduction en langues étrangères, et **une nouveauté portant sur les séjours pour les enfants.**

## **F – LE CONTRAT DE DESTINATION**

Comme je vous l'ai présenté à l'occasion de notre Décision Modificative n°2, nous avons signé le premier Contrat de Destination le 20 juillet 2013, en présence de Madame la Ministre Sylvia PINEL en charge de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme. Dans ce cadre, des actions spécifiques seront menées, notamment en direction de clientèles internationales. Un rapport particulier vous est présenté lors de cette session.

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 2013 ;

### **Orientations 2014**

- Approuve le plan marketing 2013 tel qu'annexé, 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 en lien avec de nouveaux outils de communication ;
  - les campagnes de communication ;
  - les éditions touristiques ;
  - le contrat de destination ;
  
- Approuve les enveloppes financières suivantes :

IMPUTATIONS	ENVELOPPES 2014	ECHEANCIER DES CREDITS DE PAIEMENT	
		2014	2015
<b>6231-91 -</b> Annonces et insertions tiers (PROMDPT)	1 500 €	<b>1 500 €</b>	/
Annonces et insertions ADT (ADTG)	4 000 €	<b>4 000 €</b>	/
<b>62331-91 -</b> Foires et Expositions (PROMDPT)	85 000 €	<b>85 000 €</b>	/
Foires et Expositions ADT (ADTG)	73 000 €	<b>73 000 €</b>	/
<b>6236.91 -</b> Catalogues et Imprimés ADT (ADTG)	52 000 €	<b>52 000 €</b>	/
<b>657412.91 -</b> Participation à la Promotion Départementale (PROM)	57 000 € <i>antérieures</i>	37 000 € 24 676 € <b>61 676 €</b>	20 000 €
Participation à la Promotion Départementale ADT (ADTG)	180 000 € <i>antérieures</i>	180 000 € 9 822 € <b>189 822 €</b>	/
<b>20512.94 -</b> Site ADT (ADTG)	10 000 €	<b>10 000 €</b>	/
<b>TOTAL</b>	<b>462 500 €</b>	<b>476 998 €</b>	<b>20 000 €</b>

Adopté à l'unanimité.

Le Président,