

**EXTRAIT du REGISTRE des
DELIBERATIONS de l'ASSEMBLÉE**

1ÈRE Réunion de 2015

Séance du 28/29 janvier 2015

CG20150128_76
id. 1399

Les vingt-huit et vingt-neuf janvier deux mille quinze, 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 :

M. J-P. ALBERT, M. E. ASTOUL, M. C. ASTRUC, M. P. AURIENTIS, M. J-M. BAYLET, M. J-P. BESIERS, M. J. CAMBON, M. J. CAPAYROU, M. B. DAGEN, M. J-L. DEPRINCE, M. G. DESCAZEAX, M. G-M. EMPOCIELLO, M. F. GARRIGUES, M. R. GARRIGUES, M. J. GONZALEZ, M. P. GUILLAMAT, M. G. HEBRAL, M. A. LACOMBE, M. J. LAVABRE, M. M. MARTY, M. P. MARTY, M. R. MASSIP, M. C. MOUCHARD, M. J-P. QUEREILHAC, M. J-P. RAYNAL, M. D. ROGER, M. J. ROSET, Mme D. SARDEING-RODRIGUEZ, M. J. TABARLY, M. L. VIGUIE

FONDS DÉPARTEMENTAL DE PROMOTION

Le fonds départemental de promotion (FDP) 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 2014

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 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, par la participation de l'Agence de développement touristique de Tarn-et-Garonne 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 concours agricole départemental,
- le festival de jazz,
- "Alors chante !",
- la fête du goût et des saveurs,
- la fête des vendanges,
- les marchés flottants à Paris,

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 2014 s'établit ainsi :

FONDS DEPARTEMENTAL DE PROMOTION	ENGAGEMENTS 2014
Promotion départementale	
- Foires et expositions	84 177,20 €
- Annonces et insertions	898,13 €
- Participation à la promotion départementale (PROM)	42 308,00 €
SOUS-TOTAL (A)	127 383,33 €
Promotion départementale ADT	
- Foires et expositions	57 244,56 €
- Catalogues et imprimés touristiques	49 074,42 €
- Annonces et insertions	2 138,40 €
- Stratégie Web "Dimension web mobile et blog"	6 000,00 €
Participation à la promotion départementale (ADTG)	146 951,05 €
SOUS-TOTAL (B)	261 408,43 €
TOTAL (A + B)	388 791,76 €

ORIENTATIONS 2015

L'Agence de développement touristique et nos partenaires proposent, pour 2015, diverses actions dont je vous demande d'adopter le principe.

Chaque année, l'ADT propose un plan marketing (Cf. annexe) sur la base des observations de la saison touristique 2014. 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.

Depuis, le conseil général a signé le premier "**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 2015**, avec une promotion thématique de l'itinérance douce, sur les marchés européens.

- 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 – les actions liées au contrat de destination.

A – LES SALONS GRAND PUBLIC ET PROFESSIONNELS

Il est prévu de participer à **13 salons**, dont 5 sur les marchés européens.

Sur le marché français :

- Salon National de la Pêche à Toulouse du 30 janvier au 1^{er} février 2015
- Salon du Tourisme Mahana de Toulouse du 6 au 8 mars 2014 2015
- Salon mondial du tourisme à Paris du 19 au 22 mars 2015
- Rendez-Vous en France à Paris (professionnels Europe) 31 mars au 1^{er} avril 2015
- Bordeaux Fête le Fleuve du 22 au 30 mai 2015
- Les marchés flottants du Sud-Ouest en septembre 2015
- Green France à Clermont-Ferrand (professionnels Europe) automne 2015
- MAP PRO à Paris (professionnels Europe) automne 2015

Sur le marché européen :

- Salon du cyclotourisme Fiets à Amsterdam - Pays-Bas - 30 janvier et 1 février 2015
- Salon des vacances de Bruxelles du 5 au 9 février 2015
- Salon du cyclotourisme Fiets à Anvers - Belgique - 28 février au 1 mars 2015
- SEVATUR San Sebastien du 13 au 15 mars 2015
- Salon Btravel - Barcelone du 17 au 19 avril 2015

Par ailleurs, je vous propose d'apporter notre soutien à 2 nouvelles opérations en participant :

- avec la Fédération départementale de la pêche, au **1^{er} salon national de la pêche à Toulouse** au mois de janvier 2015,

- avec le comité départemental de tourisme équestre, à l'organisation d'un événement international "**l'équirando européenne**" en juillet 2015, raid équestre proposant une grande traversée du département de Tarn-et-Garonne, avec une arrivée à Beaumont-de-Lomagne.

Enfin, je vous précise que 2 opérations de promotion institutionnelle ne sont pas reconduites en 2015, à savoir :

- le festival de jazz à Montauban,
- notre participation au salon international de l'agriculture à Paris.

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

Le web-marketing est devenu un outil incontournable dans la relation avec le client, depuis l'intention de séjour, jusqu'à la réservation, et demain l'outil d'animation de son séjour.

Le site internet de l'ADT, mis en ligne en janvier 2014, permet une valorisation de la thématique d'itinérance douce, avec des fonctionnalités de mise en ligne de circuits de randonnée, d'itinéraires cyclables et équestres. Il permet également de procéder à des réservations en ligne, avec paiement sécurisé. 3 sites des principaux Offices de Tourisme proposent le moteur de réservation connecté à celui de l'ADT.

Les consultations des sites d'informations et de réservations s'élèvent à **199 565 visiteurs** de janvier à novembre 2014.

En 2015, **un site dédié à l'internet de séjour** viendra compléter ce e-dispositif, afin de prolonger la relation-client pendant son séjour, en développant les propositions d'activités, d'animations, avec pour objectif d'accroître le niveau des retombées économiques locales.

En 2014, une **chaîne Youtube** a été créée et présente 25 clips thématiques valorisant l'image touristique du département. Le clip principal présentant le tourisme en Tarn-et-Garonne a été visionné plus de 13 000 fois en 2014.

En 2015, 7 nouveaux formats seront ajoutés.

En 2014, deux **blogs thématiques** ont été mis en place à l'attention du grand public et de la presse.

En 2015, un blog dédié aux professionnels du tourisme sera créé.

L'ADT anime également des **pages Facebook** sur lesquelles l'actualité est présentée, enregistrant plus de 2000 personnes connectées par jour.

Enfin, une bannière annuelle web sera placée, en 2015, sur le site national "www.canaletvoieverte.com" afin d'assurer la promotion de l'axe cyclable.

Les relations avec la presse

En 2014, 30 journalistes français et étrangers ont été reçus en Tarn-et-Garonne au titre des actions destinées aux marchés français et européens sur les thèmes suivants :

- Les grandes étapes de Saint-Jacques de Compostelle
- 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 2015, un certain nombre d'accueils thématiques est prévu avec notamment les rencontres presses nationales DEPTOUR à Paris les 12 et 13 janvier 2015. Un travail de presse sera réalisé sur le marché belge au cours du workshop presse.

La consommation touristique intra-régionale étant en croissance permanente, plusieurs actions concerneront la presse régionale, sous l'égide du Comité Régional du Tourisme :

- un workshop régional avec la presse en mars ;
- un partenariat avec France Bleu Toulouse ;

- un partenariat avec France 3 Sud.

Enfin, une information régulière sera organisée pour valoriser les nouveaux produits touristiques auprès des journalistes, par l'envoi d'une **newsletter à la presse**.

Cette année, l'exposition **Valfré "La Terre et le Thé"** à l'Abbaye de Belleperche sera valorisée à travers les relations avec 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. Ce club compte **29 membres**, 80 points de diffusion sur le département dont 40 sites et offices de tourisme et 40 hébergements dotés d'un présentoir.

Fin 2014, la campagne de reconduction pour les 2 années d'adhésion 2015/2016 a permis de poursuivre ce partenariat avec l'ensemble des membres du club, et d'accueillir 3 nouveaux adhérents :

- les vins du Brulhois,
- la Cuisine à Nègrepelisse,
- FB aéro.

- **La valorisation de l'itinérance**, dans la perspective de qualifier le réseau des itinéraires de randonnées douces, le programme lancé en 2012 entre dans sa dernière phase, avec :

- . la labellisation "accueil vélo" des hébergements situés sur les axes vélo voie verte et vélo route (à fin 2014 , **22 sites labellisés**) ;
- . une démarche de labellisation de 50 itinéraires de petites randonnées par le comité départemental de la randonnée pédestre ;
- . en 2015, le programme de signalisation des points de départ des itinéraires de promenade et randonnée sera lancé ;
- . la valorisation des 21 itinéraires de jonction vélo au départ de la vélo voie verte dont la signalisation a été réalisée en 2014.

D – CAMPAGNE DE COMMUNICATION

En 2015, trois projets seront menés en matière de communication touristique dans la continuité des actions engagées en 2014 :

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.

3 - Sur le marché de Nantes, les partenaires du tourisme souhaitent poursuivre la communication sur ce marché très émetteur de touristes. Une action de communication est proposée afin de mieux fidéliser cette clientèle régionale.

E – LES EDITIONS TOURISTIQUES

Un appel d'offres a été réalisé fin 2014 comme chaque année pour l'édition des documents touristiques départementaux désormais classiques, avec un effort particulier de traduction en langues étrangères (en lien avec les objectifs du contrat de destination). Par ailleurs, en accord avec les filières Gîtes de France et Clévacances, et dans la mesure où les sites internet ont été mis à niveau, les éditions ne semblent plus nécessaires.

F – LE CONTRAT DE DESTINATION

Dans le cadre de la signature du premier contrat de destination en juillet 2013, des actions spécifiques seront menées au cours de la seconde année de programme. Ces actions seront prioritairement menées en direction de clientèles étrangères. 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 2014 du fonds départemental de promotion ;

Orientations 2015

- Approuve le plan marketing 2015 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 » ;
- Précise que le premier « contrat de destination » viendra compléter d'un sixième axe majeur le plan marketing 2015 (cf. délibération CG n° 20150128_78) ;
- 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 et ratifie les crédits suivants :

IMPUTATIONS	ENVELOPPES 2015	CREDITS DE PAIEMENT	
		2015	2016
6231-91			
- Annonces et insertions tiers (PROMDPT)	/	/	/
- Annonces et insertions ADT (ADTG)	2 500 €	2 500 €	/
62331-91			
- Foires et Expositions (PROMDPT)	20 000 €	20 000 €	/
- Foires et Expositions ADT (ADTG)	68 000 €	68 000 €	/
6236-91			
- Catalogues et Imprimés ADT (ADTG)	50 000 €	50 000 €	/

IMPUTATIONS	ENVELOPPES 2015	CREDITS DE PAIEMENT	
		2015	2016
657412-91 - Participation à la Promotion Départementale (PROM)	50 000 € <i>antérieure</i>	15 000 € 39 648 € <hr/> 54 648 €	35 000 €
- Participation à la Promotion Départementale (ADTG)	125 000 €	125 000 €	
20512-94 - Site ADT (ADTG)	10 000 €	10 000 €	
TOTAL	325 500 €	330 148 €	35 000 €

Adopté à l'unanimité.

Le Président,

Jean-Michel BAYLET