

DÉPARTEMENT DE TARN-ET-GARONNE

EXTRAIT du PROCÈS-VERBAL des DÉLIBÉRATIONS

2ème RÉUNION DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE 2020

Séance du 29 et 30 avril 2020

CD20200429_69
id. 5057

Les 29 et 30 avril 2020, les membres du Conseil départemental légalement convoqués se sont réunis en assemblée départementale par le moyen de la téléconférence en vertu de l'article 6 de l'ordonnance n°2020-391 du 1^{er} avril 2020. Monsieur le Président Christian ASTRUC, a présidé la réunion à l'hôtel du Département.

*Nombre de membres du Conseil départemental : 30
Quorum : 10.*

Sont présents :

M. ASTRUC, Mme BAULU, M. BEQ, M. BERTELLI, Mme BOURDONCLE, Mme DEBIAIS, M. DESCAZEAUX, Mme FERRERO, M. GONZALEZ, M. HEBRARD, Mme MORVAN, Mme NEGRE, Mme RIOLS, M. ROGER, Mme SARDEING-RODRIGUEZ, Mme TURELLA-BAYOL, M. VIGUIE, M. WEILL

Sont représenté(s) :

M. ALBUGUES (pouvoir à Mme FERRERO), Mme BAREGES (pouvoir à Mme FERRERO), M. BAYLET (pouvoir à Mme NEGRE), M. BESIERS (pouvoir à M. BEQ), Mme CABOS (pouvoir à M. BERTELLI), Mme COLOMBIE (pouvoir à M. BERTELLI), M. DEPRINCE (pouvoir à M. GONZALEZ), M. HENRYOT (pouvoir à M. HEBRARD), Mme JALAISE (pouvoir à Mme RIOLS), Mme LE CORRE (pouvoir à M. GONZALEZ), M. MARDEGAN (pouvoir à M. ASTRUC), Mme MAURIEGE (pouvoir à M. HEBRARD)

Le Président a constaté que le quorum est atteint en application de l'article 2 de l'ordonnance n°2020-391 du 1^{er} avril 2020 et que, par conséquent, l'Assemblée départementale peut valablement délibérer.

DÉLIBÉRATION

BILAN D'ACTIVITÉS 2019 ET PLAN D' ACTIONS 2020 DE L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE -

TARN-ET-GARONNE TOURISME

L'agence de développement touristique - Tarn-et-Garonne Tourisme accompagne chaque professionnel du tourisme, depuis la création de leur entreprise jusqu'à leur mise en marché. Elle est chargée de mettre en œuvre le schéma départemental de développement du tourisme et des loisirs élaboré avec le Département de Tarn-et-Garonne.

Elle est constituée d'une équipe de 15 personnes, structurée en 3 pôles de compétences : ingénierie, marketing 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 des 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 2019

Au vu du compte rendu annuel établi chaque année pour le Département, les faits marquants en 2019 sont les suivants :

1) Affirmation d'un positionnement stratégique de la destination Tarn-et-Garonne

Selon une étude menée par le commissariat général à l'égalité des territoires (CGET), la notion de "campagne française" est associée à plusieurs ressentis :

- le ressourcement (repos, calme, idée de rupture avec le quotidien),
- la beauté et la diversité des pôles attractifs (préservation des espaces, ensoleillement, mystère et insolite de certains lieux),
- l'authenticité, la simplicité et l'abondance de nature en lien avec une idée de transmission,
- des patrimoines culturels, gastronomiques et naturels variés dotés d'une grande diversité d'activités.

L'image de la "destination Tarn-et-Garonne" reprend toutes les valeurs et les thèmes évoqués ci-dessus.

Le département de Tarn-et-Garonne s'affirme naturellement comme une destination de campagne où il fait bon et bien-vivre au cœur du Sud-Ouest.

Ainsi, le positionnement de la "destination Tarn-et-Garonne" s'appuie sur :

- un tourisme de loisirs et de pleine nature autour de l'itinérance Douce et du slow tourisme (vélo voie verte, canal des 2 mers, les randonnées, pôle natura 2000...), d'activités ludiques (bases de loisirs, sports aquatiques de plein air...) et festives ;
- un tourisme de découverte autour du patrimoine vernaculaire, urbain mais aussi des plus beaux villages de France, villages de charme et de caractère, villes d'art et d'histoire, les grands sites d'Occitanie, site inscrit au patrimoine mondial par l'UNESCO, les bastides et villages de caractère etc... ;
- un tourisme du goût autour de produits agricoles d'excellence (actions liées au "Bien Manger en Tarn-et-Garonne" portées par le Département)
- un tourisme du vin autour de 6 appellations dont 2 labellisées vignobles & découvertes (AOP Fronton et AOP Coteaux du Quercy).

Un travail de communication et de promotion a été initié en 2019 avec :

- une simplification et une uniformisation de l'appellation de la structure agence de développement touristique qui devient "Tarn-et-Garonne Tourisme" avec la création d'un nouveau logo,

- l'ajout d'une signature de "destination" afin de permettre aux clients-touristes de situer plus facilement notre territoire.

- offrir à la destination une signature "promesse clientèle" qui a pour but de conforter et rassurer nos différents prospects.

Le nouveau logo d'identification est utilisé par l'agence de développement touristique sur tous ses supports de communication (éditions, visuels, courriers, mails...) et par l'ensemble des partenaires du tourisme tarn-et-garonnais qui le souhaitent (offices de tourisme, prestataires de loisirs, producteurs, restaurateurs, hébergeurs...).

En complément, une collection de 14 nouveaux visuels a été élaborée afin de valoriser cette identité graphique et signature. De même, un kit d'ambassadeur pour les

professionnels et partenaires du tourisme est à leur disposition afin qu'ils puissent communiquer sur des opérations et salons qu'ils réalisent à leur niveau.

2) Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

L'Agence touristique a structuré la promotion de la destination Tarn-et-Garonne autour d'une trentaine de salons, événementiels et opérations de promotion de proximité, à savoir :

- * 7 Salons et événements "grand public" en France : Nantes, Paris, Bordeaux, Toulouse et Montpellier.
 - * 8 Salons et événements "grand public" sur la proximité : Roques-sur-Garonne, Saint-Nicolas-de-la-Grave, Castelnau-Montratier, Fronton, Montauban, Albias, Montbeton et Caussade.
 - * 3 Salons "grand public" à l'étranger : 2 en Espagne et 1 au Pays-Bas.
 - * 4 Salons et workshops "presse, médias, influenceurs" en France et à l'étranger.
- La participation aux salons et workshops "presse, médias, influenceurs" a été mutualisée avec les comités départementaux du tourisme (CDT) de la Haute-Garonne, du Gers et du Tarn. Ainsi, ce sont des communications auprès de 60 journalistes et influenceurs, 33 accueils de presse avec 85 articles parus qui ont été réalisés afin de promouvoir la destination ;
- * 7 Workshops et éducteurs "Professionnels" en France et à l'étranger avec l'édition d'une brochure groupes (diffusée à plus de 600 prospects) et d'un manuel des ventes qui a été réalisée.

Le maintien des demandes d'excursions pour les groupes et les séminaires d'entreprises ainsi que les séjours "clé en main" avec 995 personnes accueillies en groupe sont constatés.

- * Les nouveaux arrivants en Tarn-et-Garonne ont été destinataires, comme chaque année, de l'envoi de pochettes d'informations touristiques contenant le magazine "la parenthèse", le Tarn-et-Garonne en famille et le flyer dédié à la carte ambassadeur. En 2019, 924 pochettes ont été envoyées.

*** Campagne de communication et d'affichage**

La stratégie de promotion a été complétée par :

- une campagne de 50 spots télévisés a été diffusée sur France 3 Occitanie du 2 au 15 avril 2019,
- la diffusion du film de séduction "destination Tarn-et-Garonne" sur les "replay" de différentes émissions accessibles depuis le site internet de France TV,

- une campagne de communication sur le site Météo France,
- deux campagnes d'affichage dans le département.

3) Développer, innover et investir le numérique

Pour accroître la visibilité de la "destination Tarn-et-Garonne" sur le web, un nouveau site internet www.tourisme-tarnetgaronne.fr a été mis en ligne en juin 2019, avec les objectifs suivants :

- séduire l'internaute grâce à une charte graphique dans un environnement iconographique de très belle qualité,
- donner envie de venir en Tarn-et-Garonne afin de vivre une expérience unique,
- inciter à la réservation et à consommer local au travers des expériences présentées, des idées de circuits proposées, des produits et offres déclinés,
- faire de l'internaute un ambassadeur qui partage son vécu sur les réseaux sociaux,
- valoriser les offres d'hébergement et de loisirs issues de la place de marché « Elloha », qui permet la visibilité des plannings de disponibilités et la réservation en ligne.

* E-marketing de fidélisation (grand public et professionnels) :

Dans le cadre de la plateforme numérique, 3 newsletters thématiques correspondant à 3 cibles de clientèles : News "destination Tarn-et-Garonne", News "agenda des sorties en Tarn-et-Garonne" et News dédiée aux professionnels du tourisme ont été réalisées.

* Réseaux sociaux :

Poursuite des actions de promotion sur la destination Tarn-et-Garonne sur 3 comptes Facebook, 2 comptes Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube et LinkedIn, avec en 2019, la mise en place de 4 instameets (rencontres) organisées avec les influenceurs du réseau Instagram et les offices de tourisme de Beaumont-de-Lomagne, Saint-Antonin-Noble-Val et Auvillar ainsi que lors des marchés flottants à Paris.

* Campagne de communication nationale "on attend que toi" en partenariat avec le comité régional du tourisme Occitanie destinée à installer le nouveau positionnement de la destination sous l'accroche #OnAttendQueToi (en mai et juin).

En complément, 7 expériences "Tarn-et-Garonne" ont été créées et publiées par Tarn-et-Garonne Tourisme sur le site du Tourisme en Occitanie.

4) Développer une culture de réseau

Lancement du 1^{er} forum tourisme et internet le mardi 16 avril 2019 au domaine de Montels, journée technique ouverte à tous les professionnels du Tarn-et-Garonne (OTSI, hébergeurs, producteurs, activités de loisirs etc...) avec l'intervention de 7 intervenants extérieurs et des technicien(e)s de Tarn-et-Garonne Tourisme tout au long de la journée pour 100 participants, complétée par 8 rencontres du tourisme (session de travail d'une 1/2 journée ou une journée pour 43 professionnels du tourisme).

*** Actions mutualisées avec les services du conseil départemental**

Tarn-et-Garonne Tourisme œuvre aux côtés des services du Département dans le cadre d'actions en lien avec l'ingénierie et la promotion des atouts de la destination dont :

- action auprès des internes en médecine de l'université de Toulouse-Rangueil,
- concours des villes et villages fleuris,
- bien manger en Tarn-et-Garonne,
- participation à des actions de communication, promotion d'ouvrages départementaux (pente d'eau, grotte de Bruniquel...)

*** Actions mutualisées avec la Région et le conseil régional du tourisme Occitanie**

Tarn-et-Garonne Tourisme œuvre pour le compte du Département aux côtés des offices de tourisme classés "grands sites" à la valorisation des 4 grands sites d'Occitanie labellisés en Tarn-et-Garonne.

*** Actions mutualisées avec les partenaires et filières départementales**

En qualité de chef de file du tourisme départemental, Tarn-et-Garonne Tourisme œuvre aux côtés de plusieurs structures institutionnelles, syndicales et associatives afin de mener à bien un plan d'actions annuel, au service des ressortissants concernés, des prospects tarn-et-garonnais et différentes clientèles touristiques.

5) L'observation économique des résultats

Chaque année, un bilan annuel de la fréquentation touristique est rédigé par l'agence départementale du tourisme – Tarn-et-Garonne Tourisme sur la base d'un système d'observation et de collecte d'informations. Ce dispositif a fait l'objet d'une négociation au niveau national avec « Tourisme et Territoires ». A compter de 2019, le flux vision Orange permet de mesurer la fréquentation touristique (nombre de nuitées, nombre d'excursionnistes, connaissance des CSP..) au niveau départemental et au niveau des 10 intercommunalités du Tarn-et-Garonne.

Les résultats statistiques de l'année 2018, situés en annexe, comptabilisent pour le département de Tarn-et-Garonne 7 867 000 nuitées (hébergements marchands et

non-marchands), dont 4 789 000 nuitées attribuées aux touristes français et étrangers.

Ainsi, en quelques chiffres, le tourisme en Tarn-et-Garonne représente plus de 112 millions d'euros de recettes directes, 3 046 emplois avec en 10 ans, 38 % de progression du tourisme en Tarn-et-Garonne.

Pour 2019, les résultats seront disponibles courant 2020 et seront communiqués lors d'une prochaine session.

6) Le développement et la qualification de l'offre touristique

Dans le cadre de sa mission de qualification de l'offre, Tarn-et-Garonne Tourisme a mené une mission de classement des meublés de tourisme, de labellisation de locations « Clévacances », de sites "tourisme et handicap", et a procédé au déploiement des marques "Accueil vélo", "accueil pêche" et "chambres d'hôtes référence" dans le département.

Tarn-et-Garonne Tourisme développe l'oenotourisme au travers du label "vignobles et découvertes". Après l'AOP Fronton obtenu en 2018, c'est au tour de l'AOP Côteaux du Quercy d'obtenir ce label en mai 2019. 63 prestataires sont engagés dans cette démarche.

En outre, elle s'est engagée dans une démarche de progrès pour se différencier de ses concurrents en développant de nouveaux services, intégrer un réseau dynamique multi-filières avec la marque qualité tourisme (déployée et pilotée par la Région Occitanie avec le soutien de Tarn et Garonne Tourisme pour les filières professionnelles).

En matière d'itinérance douce et de randonnées non motorisées, Tarn-et-Garonne Tourisme accompagne des projets départementaux : la route d'Artagnan, la vélo route Vallée et Gorges de L'Aveyron, le chemin de Saint-Jacques de Compostelle, l'itinéraire Conques-Toulouse, le Canal des deux mers à vélo, ainsi que la Véloroute V87 de Montluçon à Montech.

Elle a animé des filières par la professionnalisation des prestataires :

- classement des offices de tourisme, marque qualité tourisme...,
- déploiement de "High Hospitality" : en partenariat avec la chambre de commerce et d'industrie, via des ateliers et éductours proposés aux socio-professionnels du tourisme dans le but de développer leur connaissance sur les différents vecteurs de professionnalisation, du patrimoine local, visant à qualifier l'offre touristique.

Parallèlement, le "club des sites" (créé en 2011) qui regroupe l'ensemble des acteurs gestionnaires de sites de visites et mutualise la diffusion des brochures touristiques sur le territoire, compte 31 membres en 2019 avec 100 points de diffusion sur le département dont 45 offices de tourisme et syndicats d'initiative et 55 hébergements dotés d'un présentoir. Chaque année, une bourse d'échange de documentation est organisée afin d'inclure de nouvelles éditions.

PLAN D' ACTIONS 2020

1) stratégie touristique pour 2020

Tarn-et-Garonne Tourisme élabore un programme stratégique d'actions sur la base des observations de la saison touristique précédente et selon les objectifs pluriannuels suivants :

- Renforcer la notoriété et l'attractivité de la "destination Tarn-et-Garonne" grâce à une mise en valeur de son positionnement et ses atouts ;
- Répondre efficacement aux attentes des clientèles en développement et/ou en confortant des outils adaptés afin de favoriser une fréquentation touristique tout au long de l'année ;
- Conforter la position du Tarn-et-Garonne comme destination incontournable pour l'itinérance et le slow tourisme (tant sur l'aspect naturel que patrimonial) ;
- Devenir une destination oenotouristique à part entière en s'appuyant sur la dynamique de nos 6 appellations dont 2 labellisées « vignobles et découvertes » (en lien avec les attraits touristiques des territoires et nos produits d'excellence) ;
- Accentuer la communication auprès des habitants, premiers consommateurs de leur territoire.

Dans ce contexte, en 2020, Tarn-et-Garonne Tourisme mènera les actions suivantes au titre de la promotion du département à savoir :

A – Les salons grand public et professionnels

Tarn-et-Garonne Tourisme développe sa présence sur plusieurs manifestations locales, afin de développer la communication auprès des habitants de mai à octobre 2020 : fête du nautisme et de la nature sur la base de Loisirs du Tarn et de la Garonne à Saint-Nicolas de la Grave, participation à des manifestations festives locales valorisant les productions locales (fête du goût et des saveurs, fête des vendanges, fête du vin des Coteaux du Quercy, fête de la gastronomie, "saveurs et senteurs", bienvenue à la campagne / concours régional agricole et Tractomania).

Tarn-et-Garonne Tourisme renforce également les actions sur les marchés de proximité porteurs et au plan national, des stands seront tenus conjointement par Tarn-et-Garonne Tourisme et des représentants de ses partenaires (autres conseils départementaux du tourisme et/ou Offices de Tourisme). La liste de l'ensemble de ces manifestations est présentée dans l'annexe financière de 2020.

Pour toucher la clientèle internationale (41 % de la fréquentation touristique du Tarn-et-Garonne), la présence conjointe de Tarn-et-Garonne Tourisme et de ses partenaires est programmée sur 2 salons en Espagne (salon Navartur à Pampelune du 21 au 23 février 2020 et salon Sevatur à San Sebastian du 13 au 15 mars 2020 et un salon au Pays-Bas (Salon Fiets à Utrecht du 28 février au 1er mars), avec le comité d'itinéraire du canal des deux mers à vélo.

Parallèlement, Tarn-et-Garonne Tourisme reconduira en 2020, l'opération destinée à faire découvrir le département aux nouveaux arrivants. Ainsi, à partir de la base de données des nouveaux habitants de la Poste, des offres et brochures leur sont adressées par courrier.

En 2020, Tarn-et-Garonne Tourisme présentera le département à des salons professionnels nationaux et internationaux, afin de démarcher des tour-opérateurs, des autocaristes, des journalistes et influenceurs/blogueurs, et participera également à l'organisation d'actions de promotion en direction des internes en médecine initiée par le Département afin de leur faire découvrir le territoire et leur donner envie de s'y installer.

B – Développer, innover et investir le numérique

L'agence s'est dotée d'un nouveau site internet qui permet :

- de mettre en avant des contenus attractifs (textes, expériences, photos, vidéos...) qui répondent aux attentes des clientèles,
- de positionner avantageusement la destination auprès des blogueurs/influenceurs repérés en fonction de leur audience et leur intérêt pour le Tarn-et-Garonne,
- de valoriser la destination auprès des réseaux sociaux en poursuivant l'organisation d'Instameets avec les offices de tourisme,
- de développer une programmation stratégique de newsletters à destination de nos 3 cibles de clientèles (grand public, presse/influenceurs et professionnels/voyagistes).

L'agence dispose également d'une banque d'images et vidéos touristiques et poursuit le déploiement de la place de marché "elloha", en vue de mutualiser la commercialisation avec l'ensemble des offices de tourisme et prestataires du territoire.

C – La valorisation de l'agro-tourisme

En 2020, Tarn-et-Garonne Tourisme continuera à valoriser les productions et les filières de l'agro-tourisme dans le cadre d'opérations de promotion du département. Les thématiques de l'oenotourisme, des vergers (bar à fruits), la poursuite de l'action "bien manger en Tarn-et-Garonne", les micro-marchés et marchés flottants du Sud-Ouest à Paris mettent à l'honneur les producteurs locaux.

D – Les campagnes de communication

En 2020, 3 grands projets seront menés en matière de communication touristique :

- **Campagne d'affichage** dans le département (réseau d'affichage du Département) et les départements limitrophes sur 4 thématiques : "en famille", "itinérance douce", "les base de loisirs" et "les ambassadeurs" (thème à valider), complété par une campagne d'affichage à l'aéroport de Toulouse sur 8 écrans.

• **Campagne média télévisée** sur France 3 Occitanie avec diffusion de 50 spots de séduction pour développer la notoriété de la destination Tarn-et-Garonne à partir de la mi avril, 15 jours consécutifs. En complément, il est prévu un habillage du portail Météo France aux couleurs du Tarn-et-Garonne avec une bannière promotionnelle durant cette période, et avec un relais sur les réseaux sociaux de France 3 Occitanie.

• **Autres campagnes**

Sur les marchés de proximité ; une campagne de communication (mailing) sera mise en place sur les bassins de clientèle de Toulouse et sur les départements limitrophes de la région afin de valoriser les séjours enfants, et poursuite des insertions publicitaire et des actions de séduction sur la stratégie de conquête autour de la notion "d'ambassadeurs du Tarn-et-Garonne".

E – Les éditions touristiques

Un appel d'offres a été réalisé comme chaque année pour l'édition des documents touristiques départementaux en français, en anglais, en espagnol et en néerlandais. Parmi les documents édités, on compte le magazine de séduction "la parenthèse", les cartes touristiques, cartes randonnées, cartes itinéraires vélo, document sur la véloroute des Gorges de l'Aveyron, les bases de loisirs, les logis, les aires de camping-cars, le "Tarn-et-Garonne en famille", le catalogue des séjours enfants/adultes, le manuel de ventes et le catalogue groupes pour les voyagistes/groupes, et le dossier de presse.

En parallèle, l'agence Tarn-et-Garonne Tourisme recueille et analyse les données statistiques de fréquentation de clientèle au travers de son observatoire économique.

2) Orientation pour la qualification de l'offre

Tarn et Garonne Tourisme accompagne l'animation des filières, des offices de tourisme en termes de qualité et labels. Ainsi, en 2020 la qualification de l'offre s'oriente autour du déploiement de deux marques départementales :

- marque accueil famille : qui est le tronc commun "qualité de l'accueil" adapté à la clientèle familiale, ainsi que des activités de loisirs culturelles des hébergements.
- marque insolite : elle regroupe l'hébergement insolite qui de par sa spécificité, sort du cadre normatif et réglementaire du classement des meublés de tourisme et du référentiel chambres d'hôtes référence et les labels « gîtes de France » et « Clévacances » qui possèdent une rubrique insolite dans leurs thématiques. Cette marque répond aux prestataires ne souhaitant pas adhérer à un label.

De plus, dans le cadre de ses missions Tarn-et-Garonne Tourisme a fait de l'oenotourisme une thématique prioritaire qu'elle utilise comme levier d'attractivité et de développement du territoire avec de nouveaux prestataires qui rejoignent la démarche, des réunions du label vignobles et découvertes et un travail sur les projets de développement selon le plan d'actions du projet de coopération mis en place (4 départements, 5 gals).

D'autres actions partenariales sont menées :

- avec la fédération de pêche, discipline vecteur de loisirs pour la famille,
- sur la valorisation de l'itinérance (autour des grands itinéraires) avec la labellisation "accueil vélo" des hébergements situés sur les axes de la vélo voie verte et de la vélo route des Gorges de l'Aveyron.

*
* *

Vu le rapport de Monsieur le Président,

Vu l'ordonnance n° 2020-391 du 1er avril 2020 visant à assurer la continuité du fonctionnement des institutions locales et l'exercice des compétences des collectivités territoriales et les établissements publics locaux afin de faire face à l'épidémie de covid -19,

Vu le code général des collectivités territoriales,

Vu le code du tourisme,

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

Vu l'avis de la commission des finances,

Après en avoir délibéré et procédé au vote au scrutin public par appel nominal,

LE CONSEIL DÉPARTEMENTAL

- Prend acte du bilan d'activité 2019 de l'agence de développement touristique « Tarn et Garonne Tourisme »
- Valide le plan d'actions 2020 selon les modalités susvisées ;
- Approuve la reconduction de l'aide départementale à Tarn-et-Garonne Tourisme d'un montant de 1 110 720 € pour 2020 et ratifie les crédits correspondants sur l'article 65740, sous-fonction 94 (ODVT) ;
- Approuve la ratification de 10 000 € au titre de l'appui à la production de l'exercice 2019, en relation avec le partenaire départemental, association « gîtes de France de Tarn-et-Garonne », sur l'article 65740, sous-fonction 94 (ODVT) ;
- Approuve l'annexe financière annuelle pour l'exercice 2020, à conclure entre le Département et l'agence de développement touristique « Tarn et Garonne Tourisme » et autorise Monsieur le Président à signer, au nom et pour le compte du Département, la dite convention.

Adopté à l'unanimité.

Madame Ferrero ne prend pas part au vote.

Le Président ,

Christian ASTRUC