

Tarn et Garonne Tourisme : PLAN D'ACTIONS 2022

1) Stratégie Touristique pour 2022

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.

Les objectifs marketing stratégiques pour 2022 sont :

1°) Structurer un maillage touristique fort pour renforcer l'attractivité de la Destination Tarn-et-Garonne

en développant ou en renforçant des outils de production, de promotion et de commercialisation.

Cet objectif stratégique pourra se concrétiser par :

- **le développement de nouveaux produits afin d'élargir la mise en valeur des communes et des socio-professionnels positionnés sur les 10 territoires intercommunaux** (nouveaux séjours, nouvelles expériences et pépites locales etc...) ;
- **la formalisation de nouveaux « Clubs de prestataires » autour des marques départementales** (Tarn-et-Garonne en famille et Hébergements Insolite),
- **la redynamisation du Club des Sites par la constitution d'une offre densifiée et mutualisée avec le Club des Sites du Tarn** (nouvelle stratégie de qualification, de communication, d'offres afin de constituer un véritable réseau de professionnels à l'échelle inter-départementale),
- **l'optimisation de la stratégie des « Ambassadeurs du Tarn-et-Garonne »** (Carte Ambassadeur et Packs Ambassadeurs).

2°) Favoriser la concertation pour faire émerger de nouveaux partenariats et projets touristiques

Cet objectif stratégique permettra de cibler plusieurs structures, filières, services, partenaires publics et privés, autour de sujets fédérateurs pouvant impacter le Tourisme :

- **Niveau Départemental** (partenariats avec les services du Conseil Départemental, les OTI Offices de Tourisme Intercommunaux, la CCI, la Chambre d'Agriculture, l'UMIH, les Logis, l'Association des Restaurateurs, les Campings, les labels Gîtes de France et Clévacances, Tarn-et-Garonne Arts et Culture, la Fédération des Vins du 82, les Fédérations de Pêche et de Chasse etc...) ;
- **Niveau inter-départemental** (partenariats avec les Comités Départementaux du Tourisme du Gers, de la Haute-Garonne, du Tarn, du Lot-et-Garonne, du Lot etc... **et Régional** (avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie,
- **Niveau National** (partenariats avec ADN Tourisme, Atout France etc...).

En 2022, un nouveau Schéma Départemental du Tourisme et des Loisirs sera lancé par le département afin de conduire sa politique touristique avec l'assistance technique de Tarn & Garonne Tourisme.

3°) *Optimiser l'accompagnement des professionnels du Tourisme et des territoires*

Cet objectif stratégique pourra se concrétiser par :

- **la structuration de l'offre** (qualification des socio-professionnels au travers des dispositifs animés par Tarn-et-Garonne Tourisme : classement, labels, marques, clubs de professionnels...);
- **l'adaptation de l'offre pour faire face aux enjeux de la digitalisation** (poursuite du déploiement de la Place de Marché « elloha » afin de favoriser une économie circulaire (effet réseau) au bénéfice des socio-professionnels de tous les territoires) ;
- **la sensibilisation et la formation des socio-professionnels sur divers thèmes afin de mieux répondre aux attentes de toutes les clientèles** (actions menées directement par Tarn-et-Garonne Tourisme ou en partenariat avec les OTI, la CCI, le CRTL).

4°) *Développer une ambition économique nouvelle pour la Destination Tarn-et-Garonne*

dont les finalités viseront :

- l'annualisation de la fréquentation touristique ;
- le développement de la durée des séjours ainsi que le nombre de nuitées sur la Destination Tarn-et-Garonne.

Afin d'impacter cet objectif stratégique, un plan d'actions spécifiques s'attachera à :

- **impulser des opérations de promotion / commercialisation et de fidélisation** tout au long de l'année avec un phasage particulier en amont des périodes traditionnelles de vacances. En lien avec la Place de Marché et les actions GRC ;
- **structurer des opérations de marketing de conquête en lien direct avec la stratégie de GRC – Gestion de la Relation Client** afin de poursuivre la constitution d'une base de données qualifiée pour lui adresser des campagnes ultra ciblées ;

L'Observatoire Economique de Tarn-et-Garonne Tourisme assurera le suivi de cet objectif grâce aux éléments chiffrés via les notes de conjoncture, les bilans, les rapports Flux Vision Orange, l'INSEE, AIRDNA et tous les outils à disposition.

Ces objectifs marketing stratégiques viseront plusieurs types de clientèles, issus de bassins français ciblés et de pays identifiés :

Types de clientèles visées :

Tant en France qu'à l'étranger, notre stratégie est structurée de manière à répondre aux attentes de 3 cibles précises :

- Le Grand Public,
- Les Médias, les réseaux sociaux et les influenceurs,
- Les Professionnels du voyage et des groupes.

Bassins émetteurs ciblés pour la France

- Bassin Parisien (Paris Ile de France),
- Bassin Ouest (Nantes / Rennes),
- Bassin Aquitain (Bordeaux Sud Gironde),
- Bassin Sud-Ouest (Occitanie et proximité).

Pays émetteurs ciblés pour l'Europe

- Pays-Bas,
- Espagne,
- Grande-Bretagne,
- Belgique.

Cibles de personas visées

- Familles avec enfants / CSP moyen et +
- Couples sans enfant / CSP + (24 - 54 ans)
- Jeunes adultes / CSP + (18 - 34 ans)
- Seniors actifs / CSP + (55 - 64 ans).

Les univers de consommation structurant notre stratégie d'influence en 2022 sont :

Itinérance et activités de pleine nature (APN)

- Valorisation d'expériences et vécus de blogueurs, création de vidéos et développement de contenus spécifiques et immersifs.

Tourisme Durable et circuits courts

- Valorisation de producteurs et prestataires engagés dans des démarches de qualité (Bio, HVE, divers labels nationaux, marque régionale...).
- Focus sur la marque Insolite fortement liée à l'éco-tourisme avec création d'outils ciblés.

Familles et tribus

- Valorisation de la marque « Tarn-et-Garonne en Famille » développée par Tarn-et-Garonne Tourisme via différents supports (univers dédié à ces typologies de clientèles sur le site, stratégie de contenus inspirants etc...).

Amateurs de vin

- Valorisation de l'oenotourisme par la création de contenus expérientiels, accueils d'influenceurs, mise en production de séjours thématiques afin de cibler nos 6 appellations dont 2 labellisées Vignobles & Découvertes.
Partenariat étroit avec la Fédération des Vins du 82.

En 2022, 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 poursuivra sa présence sur plusieurs bassins et pays émetteurs de clientèles au niveau local, national et international. Les présences « physiques » sur les salons et manifestations restent à confirmer en raison de la crise sanitaire.

Afin de développer la communication auprès des clientèles de proximité (de mai à octobre 2022), Tarn-et-Garonne Tourisme a acté sa présence à différentes manifestations festives valorisant les productions locales (Fête de la Nature, Festival Nature des Gorges de l'Aveyron, Fête du Goût et des Saveurs, Fête des Vins des

Coteaux du Quercy, Fête des Vendanges, Fête de la Gastronomie, ~~Savours et senteurs~~, Tractomania...).

Pour 2022, un plan d'actions intitulé « Tremplin » sera de nouveau mutualisé avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie et les Comités Départementaux du Tourisme du groupement G4 (Gers, Haute-Garonne, Tarn et Tarn-et-Garonne) sur la thématique « slow tourisme / campagne ».

Tarn-et-Garonne Tourisme renforce ainsi les actions sur les marchés de proximité porteurs ainsi qu'au plan national (68,8% des nuitées touristiques en Tarn-et-Garonne en 2021). Des stands seront tenus conjointement par Tarn-et-Garonne Tourisme et des représentants de ses partenaires.

Pour toucher la clientèle internationale (32,2% des nuitées touristiques en Tarn-et-Garonne en 2021), la présence conjointe de Tarn-et-Garonne Tourisme et de ses partenaires est programmée sur plusieurs salons grand public et workshops presse : en Espagne (Salon Navartur à Pampelune et 1 opération de séduction à Barcelone), en Belgique (Workshop Glenaki à Bruxelles), en Grande-Bretagne (Workshop IMM à Londres), au Pays-Bas (Workshop Green Meet up).

Toujours sur la thématique Presse/Influenceur, l'année 2022 débutera par le traditionnel rendez-vous presse à Paris intitulé Partir en France (anciennement Deptour).

Dans le cas où certains salons/workshops seraient annulés en 2022, des actions de substitution seront mises en oeuvre afin de maintenir une présence de notre destination touristique via des opérations de marketing direct, des campagnes de communication TV et digitale.

La liste de l'ensemble de ces opérations est présentée dans l'annexe financière de 2022.

Parallèlement, Tarn-et-Garonne Tourisme reconduira en 2022, l'opération destinée à faire découvrir le département aux nouveaux arrivants. Ces envois (organisés à partir des fichiers loués par La Poste), nous permettent d'adresser par courrier des offres, brochures ainsi que la Carte Ambassadeur à ces nouveaux tarn-et-garonnais.

En 2022, Tarn-et-Garonne Tourisme poursuivra ses actions de séduction auprès des tour-opérateurs, autocaristes, et voyageurs lors de salons et webinaires professionnels (Destination Occitanie, Rendez-Vous en France, Destination Vignobles, IFTM Top Résa, Epoque'Auto...).

Tarn-et-Garonne Tourisme participera également à l'organisation d'actions de promotion en direction des internes en médecine initiée par le Conseil Départemental afin de leur faire découvrir notre territoire et leur donner envie de s'y installer.

B – Développer, innover et investir le numérique

Tarn-et-Garonne Tourisme poursuit la qualification de son Réseau d'Informations Touristiques en proposant un nouvel outil de statistique et d'accueil aux

10 Offices de Tourisme Intercommunaux du Tarn-et-Garonne (ARTTOUR), en lien avec la base de données départementale APIDAE.

Tarn-et-Garonne Tourisme développera également 2 sites internet en langues étrangères (anglais et espagnol) afin de promouvoir la destination à l'international. Ceci sera complété par l'accueil de blogueurs-influenceurs ainsi que des actions innovantes sur les réseaux sociaux (animation d'une nouvelle communauté sur le réseau social « Tik Tok »).

Poursuite du déploiement de la Place de Marché "elloha", afin de qualifier le réseau des professionnels tarn-et-garonnais (hébergeurs, sites touristiques et activités de loisirs), dans le but de développer la digitalisation des offres sur tous les territoires. Des actions de GRC (Gestion de la Relation Client) seront menées pour valoriser ces nouvelles productions et conquérir de nouveaux prospects.

C – La Valorisation de l'Agro-Tourisme

En 2022, Tarn-et-Garonne Tourisme continuera à valoriser les productions et les filières de l'agro-tourisme dans le cadre de plusieurs opérations de promotion. Les thématiques de l'oenotourisme, des vergers (animation-dégustation avec le bar à fruits), seront notamment valorisées lors du Micro-Marché à Toulouse et d'événementiels sur le département ou à proximité. De même, les Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris, seront placés sous la présidence du Tarn-et-Garonne et mettront aussi à l'honneur les producteurs locaux. Tarn-et-Garonne Tourisme sera aux côtés du Département sur l'espace Régional au Salon International de l'Agriculture (SIA) pour deux journées d'animations et de valorisation de nos atouts touristiques

D – Les campagnes de communication

En 2022, 3 grands projets seront menés en matière de communication touristique :

- **Campagne de communication TV** sur France 3 Occitanie avec diffusion de 50 spots de séduction pour développer la notoriété de la destination Tarn-et-Garonne à partir de fin avril, 15 jours consécutifs. Cette campagne sera relayée sur la plateforme « replay » de France Télévision afin de démultiplier la diffusion de ce nouveau message.
- **Emission TV** : nous candidapons afin d'accueillir l'émission « La Carte aux Trésors » (émission culte de France 3 qui réunit 2,29 millions de téléspectateurs) pour une édition 100% Tarn-et-Garonne. Diffusion sur l'antenne nationale de France 3 et via la chaîne TV5 Monde notamment en Belgique et en Suisse.
- **Campagne de communication Cinéma** : Afin de soutenir les hôtels Logis, une campagne d'un mois sera organisée dans les salles du Cinéma CGR de Blagnac afin de séduire une clientèle de proximité / CSP+ (ex : ressortissants Airbus).

- **Autres campagnes** : poursuite des insertions publicitaires et opérations de marketing direct via la Presse Quotidienne Régionale ; actions de séduction 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 : 1 en français et 1 en langues étrangères (anglais, espagnol, néerlandais et allemand). Parmi les documents édités, on compte le magazine de séduction "La Parenthèse", la carte touristique, le flyer randonnées, la carte sur la Vélo Voie Verte et boucles à vélo, la carte sur la Véloroute Vallée et Gorges de l'Aveyron, la brochure Bases de loisirs, le flyer Logis, les Aires de camping-cars et vans, le "Tarn-et-Garonne en famille", le catalogue Séjours, le catalogue Groupes, le Guide du Marcheur et le Dossier de Presse.

Itinérance inter-départementale : Un nouveau Guide du Routard « Spécial itinérance à vélo » valorisant les départements du Tarn-et-Garonne, de la Haute-Garonne, du Tarn, du Gers sera lancé afin de promouvoir nos différents itinéraires. Le travail préparatoire sur le contenu de ce guide interviendra en 2022, avec une sortie de l'édition en 2023.

F – Observatoire Economique

Tarn-et-Garonne Tourisme recueille et analyse les données statistiques de fréquentation des clientèles au travers de son Observatoire Economique. Tarn-et-Garonne Tourisme produit chaque année : des notes de conjoncture mensuelles sur la saison touristique (de mai à septembre) ; un bilan de saison touristique ; un bilan annuel du tourisme en Tarn-et-Garonne.

Ces éléments sont complétés par les rapports Flux Vision Orange à l'échelle du Département et des zones infra-départementales correspondant aux 10 intercommunalités du Tarn-et-Garonne.

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 dans le but de montée en gamme la Destination. En 2022 la qualification de l'offre s'orientera autour de la poursuite du déploiement de deux marques départementales :

- **Marque Accueil Famille** : valorisant les prestations répondant aux critères propres à l'accueil des familles (équipements bébé, activités pour enfants, jeux) avec une attention particulière aux attentes des enfants et d'activités proposées.

- Marque Insolite : valorisant les hébergements qui de par leur spécificité originale sortent du cadre normatif et réglementaire du classement et des marques déposées. Le référentiel correspondant aux caractéristiques de l'hébergement insolite permet de qualifier ces hébergements afin de les intégrer sur nos supports de communication.

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 économique avec de nouveaux prestataires qui rejoignent la démarche. Un programme d'actions spécifiques sera développé afin de poursuivre la valorisation des 6 appellations viticoles de la destination.

En 2022, il sera procédé au renouvellement de la candidature Vignobles & Découvertes pour les vignobles de Fronton (dossier déposé fin 2021) et des Coteaux du Quercy.

D'autres actions partenariales seront menées :

avec la Fédération de Pêche, vecteur de loisirs pour la famille (organisation d'éducteurs et promotion de la pratique) ;

avec la Fédération de Chasse (valorisation de l'offre touristique départementale auprès des accompagnants de chasseurs) ;

sur la valorisation de l'itinérance (autour de nos grands itinéraires) avec la labellisation "Accueil vélo" des hébergements situés sur les axes de la Vélo Voie Verte et de la Véloroute Vallée et Gorges de l'Aveyron ;

avec les 3 communautés de communes impliquées dans l'itinéraire Culturel Européen « la Route Européenne d'Artagnan » (98 km en Tarn-et-Garonne).

Enfin, dans le cadre du développement d'une culture de réseau, Tarn-et-Garonne Tourisme organisera la 3^{ème} édition de ses Rencontres du Tourisme, ouvertes à tous les professionnels du tourisme tarn-et-garonnais. Cette journée d'échanges a pour buts de poursuivre la professionnalisation des prestataires touristiques, le partage d'expériences et de bonnes pratiques autour de nombreux thèmes transversaux.