

CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE TARN-ET-GARONNE

EXTRAIT du REGISTRE des DELIBERATIONS de la COMMISSION PERMANENTE

Séance du 26 juillet 2016

CP2016_07_40
id. 2689

L'an deux mille seize le vingt six juillet , les membres de la Commission Permanente légalement convoqués se sont réunis à l'Hôtel du Département, sous la présidence de M. Christian ASTRUC, Président du Conseil Départemental.

Présents ou ayant donné procuration de vote :

M. ASTRUC, Mme BAREGES, M. BEQ, M. BESIERS, Mme CABOS, Mme DEBIAIS, M. DESCAZEAUX, Mme FERRERO, M. HENRYOT, Mme JALAISE, Mme LE CORRE, M. MARDEGAN, Mme MAURIEGE, Mme NEGRE, Mme RIOLS, Mme SARDEING-RODRIGUEZ, M. WEILL

Absent(s) :

M. ALBUGUES, M. DEPRINCE

Le quorum légal étant atteint, la Commission Permanente peut valablement délibérer.

FONDS DÉPARTEMENTAL DE PROMOTION

Le Fonds Départemental de Promotion a été créé par délibérations en date du 3 février et 17 juin 1986, et modifié par délibérations en date du 14 octobre 1987 et du 14 janvier 1992.

Il a pour objet de financer, pour tout ou partie, les actions émanant d'institutions départementales œuvrant à la promotion extérieure du département, de ses institutions, de ses produits et de ses ressources.

BENEFICIAIRES :

- personnes morales de droit public,
- associations, coopératives,

- groupements d'intérêt économique,
- groupements d'intérêt public.

CRITERES D'ATTRIBUTION :

1) Actions à l'initiative du Conseil Départemental :

- 100 % maximum du coût H.T. des actions de promotion engagées.

2) Actions engagées par toute autre instance :

- 30 % du coût H.T. pour les collectivités et organismes assujettis à la TVA, dans la limite de 7 650 € par opération, et sous réserve d'une implication financière du requérant au moins équivalente à celle sollicitée auprès du Conseil Départemental ;

- 30 % du coût TTC pour les collectivités ou organismes non assujettis à la TVA, dans la limite de 7 650 € par opération, et sous réserve d'une implication financière du requérant au moins équivalente à celle sollicitée auprès du Conseil Départemental.

3) Actions de promotion touristique engagées par des communes :

- intervention du Fonds Départemental de Promotion lorsque le Département est intervenu financièrement pour un projet d'équipement structurant (plan d'eau, camping, gîtes communaux, etc...) favorisant la création ou le développement de pôles touristiques ;

- dépense subventionnable plafonnée à 7 650 € pour ce type d'intervention soit une subvention départementale plafonnée à 2 295 €, à raison d'une opération subventionnable tous les 3 ans pour une même commune.

En application des ces dispositions, le Comité du Fonds Départemental de Promotion s'est réuni le 17 juin 2016 en vue d'examiner les 4 dossiers de demande de subvention suivants, relatifs aux frais liés à la promotion départementale, engagés par l'Agence de Développement Touristique de Tarn-et-Garonne pour le compte du Conseil Départemental.

1 – La participation aux "Marchés Flottants" à Paris du 16 au 18 septembre 2016 - TOU00968

Cette manifestation, initiée par l'Institution Pôle Sud-Ouest depuis 16 ans, se déroulera à Paris, sur les quais de la Seine du 16 au 18 septembre prochain, associant des producteurs et les 3 organismes de promotion touristique du Gers, du Lot-et-Garonne et du Tarn-et-Garonne.

Depuis 2012, l'organisation de cette manifestation a été confiée par les Conseils Départementaux aux Comités de Tourisme, et, pour le Tarn-et-Garonne, à l'Agence de Développement Touristique. Une convention est signée entre les 3 organismes qui assurent le suivi logistique, la consultation et la gestion des inscriptions des producteurs.

Le budget global de la manifestation, après consultation, s'élève à 282 000 € TTC.

La participation financière de chaque département est fixée à 1/3 du coût total, pour une contribution maximale de **75 000 €** chacun, complétée par les participations financières des producteurs.

Le coordinateur du groupement des commandes est, en 2016, le Comité Départemental du Tourisme du Gers qui a lancé un appel d'offres devant permettre de choisir les entreprises chargées des lots logistique et communication.

D'autres prestations (affichage métro, location des quais, sécurité fluviale, distribution des fruits, animations musicales, parkings, assurance) complètent ce budget global.

Ainsi, l'Agence de Développement Touristique sollicite une aide départementale de **75 000 €**, dont l'autorisation d'engagement a été votée au BP 2016, correspondant aux frais à engager pour le compte du Conseil Départemental de Tarn-et-Garonne, au titre de la reconduction de cette manifestation en 2016.

Après examen du dossier, le comité propose d'accorder à l'Agence de Développement Touristique de Tarn-et-Garonne une aide départementale d'un montant de **75 000 €** pour sa participation aux marchés flottants 2016 à Paris.

2 - La campagne de communication 2016 sur le marché britannique - TOU00969

Depuis 2013, une campagne de communication est lancée chaque printemps, sur le marché Britannique, afin de stimuler la fréquentation de cette clientèle, qui représente plus de 15 000 nuitées en Tarn-et-Garonne.

Depuis le 14 mars et jusqu'au 30 juin 2016, l'ADT participe à la campagne "What's your Tour de France" coordonnée par le Comité Régional du Tourisme et Atout France Grande-Bretagne, avec le soutien de l'Union Européenne qui se décline au travers des actions suivantes :

Affichage dans le métro de Londres

L'affichage est multiplié par cinq, en 2016, au niveau de la région et des partenaires, avec **deux vagues d'affichage (mars et avril)**.

Le Tarn-et-Garonne a choisi de s'adresser aux seniors actifs en valorisant le Patrimoine Départemental dont le cloître de Moissac, les séjours insolites avec les escapades en voiture de collection du château de l'Hoste, la Gastronomie et les villages de charme via les marchés et l'itinérance fluviale sur le Canal des Deux Mers.

Il est à noter la présence unique des affiches du Tarn-et-Garonne dans 14 stations de métro en grand format, et sur les 60 bannières de la région Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées.

La campagne Internet

Le site Internet de campagne mis en place par Atout France a été entièrement repensé en 2016, pour mettre l'accent sur les images et les liens de redirection vers le site internet en version anglaise de l'ADT 82.

Trois thématiques ont été choisies pour le Tarn-et-Garonne : la Gastronomie, les activités de pleine nature et le patrimoine culturel.

En 2016, il est donné une place plus importante à l'événementiel, avec la mise en avant des principales manifestations du Tarn-et-Garonne.

Les encarts web Tarn-et-Garonne proposent une présentation de la destination, le film de promotion touristique du département, des liens vers le site internet de l'ADT 82 en anglais ainsi que des suggestions de circuits thématiques.

En plus du site France.uk (dédié à la Grande-Bretagne), de nombreuses actions on-line sont disponibles : search display, envoi de newsletters (160 000 contacts), création de posts sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter.

Cette opération est organisée en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme et le soutien des fonds européens FEDER.

L'Agence de Développement Touristique du Tarn-et-Garonne sollicite une aide départementale de **4 000 €**, dont l'autorisation d'engagement a été votée au BP 2016, correspondant aux frais à engager pour le compte du Conseil Départemental de Tarn-et-Garonne, au titre de cette campagne de promotion 2016 sur le marché britannique.

Après examen du dossier, le comité propose d'accorder à l'Agence de Développement Touristique de Tarn-et-Garonne une aide départementale d'un montant de **4 000 €** pour la campagne de communication 2016 sur le marché britannique.

3 – Le comité d'itinéraire du Canal des 2 Mers à Vélo - TOU00970

Depuis 2013, l'Agence de Développement touristique a mené une réflexion avec l'ensemble des partenaires concernés par l'axe cyclotourisme longeant le Canal des 2 Mers, afin de structurer l'organisation d'un Comité d'Itinéraire.

Lors du vote du Budget Primitif 2014, le Conseil Départemental a délibéré favorablement pour le projet de **création d'un Comité d'Itinéraire** pour la valorisation de la voie verte du Canal, et a confié à l'ADT le soin de l'animer.

Il a été proposé et adopté, lors du précédent Comité de Pilotage, que le département de **Tarn-et-Garonne, à l'initiative de sa création, reste chef de file de ce projet.**

Dans ce cadre, **8 partenaires financiers dont 6 Conseils Départementaux** ont été sollicités pour un co-financement du plan d'actions sur 3 ans, à hauteur de **10 000 €/an.**

En 2016, les partenaires engagés dans la démarche sont :

- le Conseil Départemental de Tarn-et-Garonne
- le Conseil Départemental de Lot-et-Garonne
- le Conseil Départemental de l'Aude
- le Conseil Départemental de la Gironde
- le Conseil Départemental de l'Hérault
- le Conseil Départemental de la Haute-Garonne
- le Conseil Régional d'Aquitaine,
- la Charente-Maritime Tourisme
- l'Association des Communes Riveraines du Canal

Ces 8 partenaires ont signé une convention pour 3 années de programme, 2014-2016, à hauteur de 10 000 € par an, pour mener en commun des actions de qualification de l'offre, de promotion et de communication.

En 2015, des supports de communication ont été créés, à savoir :

- un site internet
- un reportage photos et vidéo
- un dossier de presse

Le lancement officiel de l'itinéraire du Canal des 2 Mers à Vélo a eu lieu le 6 juin 2015, à l'occasion de la Fête Nationale du Vélo à Castelsarrasin.

Ainsi, l'Agence de Développement Touristique du Tarn-et-Garonne sollicite une aide départementale d'un montant de **10 000 €** dont l'autorisation d'engagement a été votée au Budget Primitif 2016, pour le financement des actions engagées par le Comité d'Itinéraire du Canal des 2 Mers au titre du plan d'actions 2016.

Après examen du dossier, le comité propose d'accorder à l'Agence de Développement Touristique de Tarn-et-Garonne une aide départementale d'un montant de **10 000 €** au titre du programme d'actions 2016 pour le Comité d'Itinéraire du Canal des 2 Mers à vélo.

4 - La campagne de communication 2016 - TOU00971

En 2016, l'Agence de Développement Touristique a décidé d'améliorer la visibilité de la destination "Tarn-et-Garonne" sur internet grâce à plusieurs opérations.

Le travail mené depuis 2010, date du lancement de la Vélo Voie Verte le long du Canal des 2 Mers, est également poursuivi lors d'opérations de communication sur cette thématique auprès des clientèles de proximité. Le but est de développer les flux de cyclotouristes en provenance des grandes agglomérations de proximité, ainsi que sur les marchés européens, conformément aux engagements du contrat de destination signé avec l'Etat en 2014. Pour l'année 2016, les actions de communication mises en place concernent :

La communication sur Internet

- Campagne internet Google Display, You tube en Mai 2016, bannières publicitaires sur des sites internet ciblés et 13 000 passages vidéos sur You Tube. Valorisation du patrimoine, de la gastronomie, activités de pleine nature,
- Opération Social Shaker, dispositif de communication ludique pour l'animation des divers sites internet et réseaux sociaux. L'objectif est de capter le public et de le fidéliser.

Coût de la campagne internet : **11 640 €**

La promotion de l'itinéraire du Canal des Deux Mers à vélo

- financement de l'application mobile Geo Canal Midi,
- achat de bannières publicitaires web sur le site internet www.canal-et-voie-verte.com,
- insertion, dans l'édition, de la carte et du site internet "Canal et voie Verte", incluant une valorisation de la nouvelle marque de l'itinéraire du Canal des 2 Mers à Vélo.

Coût pour la communication de la vélo voie verte : **9 360 €**

La promotion auprès de la clientèle de proximité

- insertion dans le guide du Petit Fûté "Autour de Toulouse",
- opérations de street marketing pour accompagner le lancement du site internet de séjour : Juin 2016,
- dispositif de communication pour la promotion du Tarn-et-Garonne lors des manifestations locales,
- création de supports par l'agence de communication.

Coût pour la communication sur les marchés de proximité : **10 000 €**

Le coût total de la campagne de communications 2016 s'élève ainsi à **31 000 €**.

L'Agence de Développement Touristique de Tarn-et-Garonne sollicite une aide départementale d'un montant de **31 000 €**, dont l'autorisation d'engagement a été votée au Budget Primitif 2016, correspondant aux frais à engager pour le compte du Conseil Départemental de Tarn-et-Garonne, au titre de la campagne de communication 2016.

Après examen du dossier, le comité propose d'accorder à l'Agence de Développement Touristique de Tarn-et-Garonne une aide départementale d'un montant de **31 000 €** pour la campagne de communication 2016.

Monsieur le Président précise que ces subventions seront prélevées sur les crédits inscrits à cet effet au budget départemental, à l'article **657412**, sous-fonction **91** (ADTG) :

Autorisation d'Engagement 2016	120 000 €
Engagement aux précédentes Commissions	0 €

Engagement à la présente Commission	120 000 €
Restant disponible sur l'exercice 2016	0 €

DECISION de la COMMISSION PERMANENTE

Vu le rapport de Monsieur le Président,

Vu la délibération du Conseil Départemental du 28 avril 2015 portant délégation d'attributions à la Commission Permanente,

Vu l'avis favorable du Comité du Fonds Départemental de promotion réuni le 17 juin 2016,

Après en avoir délibéré,

LA COMMISSION PERMANENTE :

- Accorde à l'Agence de développement touristique une subvention d'un montant global de 120 000 € réparti comme suit :
 - 75 000 € pour sa participation aux marchés flottants 2016 à Paris,
 - 4 000 € pour la campagne de communication sur le marché Britannique,
 - 10 000 € au titre du programme d'actions 2016 pour le comité d'itinéraire Canal des 2 mers à vélo,
 - 31 000 € pour la campagne de communication 2016 ;
- Précise que ces subventions seront prélevées sur les crédits inscrits à l'article 657412, sous-fonction 91 (ADTG) du budget départemental.

Adopté à l'unanimité.

Le Président,

Christian ASTRUC