

DÉPARTEMENT DE TARN-ET-GARONNE

**EXTRAIT du PROCÈS-VERBAL
des DÉLIBÉRATIONS**

2ème RÉUNION DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE 2019

Séance du 3 avril 2019

CD20190403_56
id. 4483

Le 3 avril 2019, les membres du Conseil départemental légalement convoqués se sont réunis à l'Hôtel du Département (82 Montauban), sous la présidence de M. Christian ASTRUC, Président du Conseil départemental.

Nombre de membres du Conseil départemental : 30
Quorum :16

Présents :

M. ALBUGUES, M. ASTRUC, Mme BAULU, M. BEQ, M. BERTELLI, Mme CABOS, Mme COLOMBIE, Mme DEBIAIS, Mme FERRERO, M. HEBRARD, Mme JALAISE, M. MARDEGAN, Mme MAURIEGE, Mme RIOLS, Mme TURELLA-BAYOL, M. WEILL

Absent(s) représenté(s) :

M. BESIERS (pouvoir à Mme COLOMBIE), M. HENRYOT (pouvoir à Mme BAULU), M. VIGUIE (pouvoir à M. ASTRUC)

Absent(s) :

Mme BAREGES, M. BAYLET, Mme BOURDONCLE, M. DEPRINCE, M. DESCAZEAUX, M. GONZALEZ, Mme LE CORRE, Mme MORVAN, Mme NEGRE, M. ROGER, Mme SARDEING-RODRIGUEZ

Le quorum légal est atteint, l'Assemblée départementale a délibéré.

DÉLIBÉRATION

**BILAN D'ACTIVITÉS 2018 ET PLAN D' ACTIONS 2019
DE L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE**

L'agence de développement touristique accompagne chaque professionnel du tourisme, depuis la création de leur entreprise jusqu'à leur mise en marché. Elle est

chargée de mettre en œuvre la politique du département de Tarn-et-Garonne sur la base du schéma départemental de développement touristique et des loisirs élaboré par le Conseil départemental.

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 (prestataires, grand public, voyagistes et presse/médias),
- mettre en production et vendre un potentiel touristique de qualité,
- évaluer les retombées de l'activité touristique du Tarn-et-Garonne.

BILAN 2018

Au vu du compte rendu annuel établi chaque année pour le Conseil départemental, les faits marquants en 2018 sont les suivants :

1) La promotion départementale a été mise en œuvre par l'ADT 82 à travers :

- * la participation de l'agence à 15 salons grands public et professionnels en France et à l'étranger,
- * la réédition (annuelle) de l'ensemble des publications relatives aux différentes filières du tourisme,
- * la participation aux différentes manifestations à vocation culturelle et touristique et micro-marchés (Toulouse et Paris) afin de valoriser les produits du terroir,
- * la participation à 2 salons professionnels, à la rencontre des Tour-opérateurs, en particulier pour les produits "groupes".

L'ADT a contribué à développer la notoriété du département grâce à :

- une communication dans la presse suite à l'accueil de 62 journalistes et influenceurs, avec des retombées presse pour une contre-valeur publicitaire estimée à plus de 600 000 € (émissions tv, radios, parutions presse et blogs),
- la participation à des salons professionnels en partenariat avec la Haute-Garonne, le Gers et le Tarn.

- des insertions presse en février et mars à destination du marché espagnol .

En 2018, l'ADT a mené une campagne de communication sur le département, à Toulouse et en Occitanie, par le biais d'affichages, d'annonces et de publi-rédactionnels et à participé à l'importante campagne promotionnelle pour la parution du "guide du routard" dédié au "Canal des 2 mers à vélo".

Comme les années passées, les nouveaux arrivants dans le département font l'objet d'un mailing ciblé avec l'envoi de documentation touristique entre avril et décembre .

Enfin, pour améliorer la visibilité de l'ADT sur le web, une refonte du site est en cours pour une mise en ligne courant 2019. Un nouvel outil de réservation ("elloha") a été mis en place ; il permet de mutualiser la commercialisation avec l'ensemble des offices de tourisme et les prestataires touristiques du territoire.

Le projet initié par le Département "bien manger en Tarn-et-Garonne" fait l'objet de réunions de travail visant à développer des produits tels que la création et diffusion d'un livret de recettes en partenariat avec l'association des restaurateurs du Tarn-et-Garonne.

2) Le développement et la qualification de l'offre

Dans le cadre de sa mission de qualification de l'offre, l'ADT 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" et "Chambres d'Hôtes référence" dans le département.

Elle développe également l'œnotourisme au sein de sa mission, vecteur d'une montée en gamme de l'offre touristique et a intégré la vision œnotouristique au développement du territoire.

A ce jour, l'AOP Fronton a obtenu, le 22 mai 2018, le label "Vignobles et découvertes" : vignoble de Fronton au cœur du Sud-Ouest. Parallèlement, L'ADT a entamé une action pour faire entrer les coteaux du Quercy dans cette même démarche, ce qui implique la participation à des comités techniques, de pilotage et la promotion des vins du Tarn-et-Garonne lors de salons dédiés ou en lien avec cette thématique. En parallèle, à l'initiative de l'ADT, une coopération sur cette même thématique a été initiée en partenariat avec la Haute-Garonne, le Lot et le Lot-et-Garonne ainsi que les 5 groupes d'actions locales situés sur ces différents territoires. Ce programme de qualification, promotion et développement de l'œnotourisme bénéficie des financements Leader, Région et ADT/CDT.

En matière d'itinérance douce et de randonnées non motorisées, l'ADT a accompagné les projets départementaux suivants :

- le Chemin de Saint-Jacques : définition, finalisation et signalisation du GR65 et sécurisation des tronçons sur les routes départementales de Saint-Amans-de-Pellagal et entre Auvillar et Bardigues,
- accompagnement des communes de Castelsagrat, Verlhac-Tescou et de la communauté de communes Terres des Confluences pour identifier et préparer les dossiers techniques relatifs aux chemins de randonnée,
- la route d'Artagnan : définition d'un tracé départemental pour ce nouvel itinéraire équestre européen reporté à 2020,
- la vélo route des Gorges et Vallée de l'Aveyron : l'ADT continue l'animation du comité d'itinéraire,
- la pente d'Eau de Montech, la Grotte de Bruniquel et les grands sites Occitanie : participation aux comités de pilotage et comités techniques en vue d'une valorisation touristique.

3) l'animation des acteurs du tourisme

L'ADT a une mission d'animation du réseau des acteurs du tourisme. À ce titre, l'Agence anime le club des sites départementaux, organise des journées d'échange avec les professionnels et met en place des formations pour les offices de tourisme.

En complément, une carte ambassadeurs du club des sites a été mise en place pour proposer aux habitants du département de promouvoir les sites en proposant des offres privilégiées (réductions sur les visites...).

Dans le cadre de la mise en œuvre de la loi NOTRe en matière de tourisme, un schéma d'organisation ADT/offices de tourisme a été élaboré. L'ADT accompagne la structuration de l'offre touristique par la qualité en accompagnant les offices de tourisme au classement et, en partenariat avec le comité régional du tourisme, à la démarche qualité des offices de tourisme (jusqu'au dépôt en Préfecture après audit d'évaluation).

En partenariat avec la CCI de Montauban, des ateliers, séminaires et "éductours" sont proposés aux socio-professionnels du tourisme dans le but de développer la connaissance des acteurs du tourisme sur les différents vecteurs de professionnalisation (ateliers pratiques), une connaissance du patrimoine local (éductours et high-hospitality), visant à qualifier l'offre touristique.

4) l'observation économique

Chaque année, un bilan annuel de la fréquentation touristique est rédigé par l'ADT sur la base d'un système d'observation et de collecte d'informations. En 2016, un dispositif expérimental a été mis en place dans le cadre d'un contrat régional, avec l'opérateur Orange, pour mesurer la fréquentation touristique à partir des flux téléphoniques, et ces résultats confortaient et précisaient les observations établies sur la base de méthodes antérieures. Les résultats statistiques de l'année 2017 qui comptabilisent pour le département 7 367 000 nuitées (campings, hôtellerie, gîtes....) dont 4 417 000 nuitées attribuées aux touristes français et étrangers, sont détaillés ci-joints.

Pour 2018, les résultats seront disponibles courant avril 2019 et seront communiqués à l'Assemblée lors d'une prochaine session.

Par ailleurs, ce document met en évidence la forte influence de l'itinéraire vélo voie verte du canal des 2 mers compte tenu de son importante fréquentation.

PLAN D' ACTIONS 2019

1 - PLAN MARKETING

Chaque année, l'ADT propose un plan marketing sur la base des observations de la saison touristique précédente, selon les objectifs pluriannuels suivants :

- renforcer la notoriété du Tarn-et-Garonne comme une destination touristique en Occitanie ;
- 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 des clientèles à des moments liés à des événements touristiques particuliers ;
- communiquer auprès des habitants, premiers consommateurs de leur territoire.

Dans ce cadre, en 2019, l'Agence de développement touristique mènera les actions suivantes au titre de la promotion du département à savoir :

A – Les salons grand public et professionnels

En 2019, l'Agence de développement touristique affirmera le positionnement de la destination "Tarn-et-Garonne" notamment en associant un nouveau logo « Tarn-et-Garonne Tourisme » (cf Annexe), une image modernisée, et une signature de destination

sur tous les supports de communication utilisés lors des manifestations de promotion du tourisme.

L'ADT développe sa présence sur plusieurs manifestations locales, afin de développer la communication auprès des habitants de mai à octobre 2019 : Fête du nautisme-nature sur la base de loisirs départementale de 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 de la gastronomie, "saveurs et senteurs", bienvenue à la campagne et Tractomania).

Elle renforce également les actions sur les marchés de proximité porteurs, soit :

- Toulouse : micro-marché les 25 et 26 avril 2019 pour valoriser le tourisme et les produits du terroir, salon des vins en novembre 2019 ainsi que des journées de promotion dans les restaurants d'Airbus à Toulouse ;
- Bordeaux : "fête du fleuve" du 20 au 23 juin 2019 ;
- Montpellier : festival "what a trip !" du 27 au 29 septembre 2019.
- Roques sur Garonne : le 10 février 2019, en partenariat avec le comité d'itinéraire du canal des 2 mers à vélo.

Au plan national, des stands seront tenus conjointement par l'ADT et des représentants de ses partenaires (autres ADT et/ou offices de tourisme), il s'agit de :

- 2 manifestations à Paris (le salon mondial du tourisme en mars 2019 et les marchés flottants, en partenariat avec les départements du Gers et du Lot-et-Garonne en septembre 2019),

- à Nantes au salon du tourisme (stand mutualisé avec les offices de tourisme du Tarn-et-Garonne),

Pour toucher la clientèle internationale (40 % de la fréquentation touristique du Tarn-et-Garonne), la présence conjointe de l'ADT et de ses partenaires est programmée sur 2 salons en Espagne (en février et en mars 2019) et un salon au Pays-Bas (en mars 2019), avec le comité d'itinéraire du canal des 2 mers à vélo.

Parallèlement, l'ADT reconduira sur l'année 2019 l'opération destinée à faire découvrir le département aux nouveaux arrivants. Ainsi, à partir d'une base de données des nouveaux habitants, des offres de promotion leur sont adressées.

En 2019, l'ADT sera présente à des salons professionnels nationaux et internationaux, afin de démarcher des tour-opérateurs, des journalistes et des autocaristes.

Elle participera également à l'organisation des actions de promotion en direction des stagiaires internes en médecine initiée par le Département afin de permettre à ces futurs médecins de découvrir le territoire et leur donner envie de s'y installer dès qu'ils seront prêt à exercer.

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, www.tourisme-tarnetgaronne.fr ; mis en ligne en janvier 2014, permet de préparer son séjour et de procéder à des réservations en ligne, avec paiement sécurisé. Une page facebook de réservation créée fin 2016 permet de présenter des offres commerciales. Une refonte du site internet initiée en 2018 sera finalisée en avril 2019 ; elle sera présentée à la journée "tourisme et internet" organisée sur Albi le 16 avril 2019 (journée d'ateliers et d'information à destination des socio-professionnels du tourisme).

L'outil de réservation numérique "elloha" proposée par l'ADT depuis 2018 en vue de mutualiser la commercialisation avec l'ensemble des offices de tourisme et prestataires du territoire va être promue largement tout au long de l'année pour en développer le déploiement.

L'ADT anime également sur les réseaux sociaux, des pages Facebook dans lesquelles l'actualité touristique du département est présentée (page "grand public" qui compte près de 7000 abonnés début 2019) et les actions de l'ADT auprès des professionnels du tourisme ("page pro").

En outre, un compte twitter et instagram sont animés pour la presse, et pour le grand public. Des newsletters à destination des professionnels et du grand public sont publiées depuis janvier 2019, elles relaient l'agenda des sorties touristiques et culturelles d'une part et des offres thématiques pour les partenaires et les socio-professionnels, d'autre part.

Une banque d'images et de vidéos touristiques mutualisées va être créée, ainsi qu'une vidéo promotionnelle de la destination et des clips, lesquels seront mis à disposition des offices de tourisme et diffusés sur les canaux digitaux de l'ADT.

Un nouvel accès dédié aux professionnels permettra la mise en avant de « produits groupe » mis en production conjointe par l'ADT et les offices de tourisme pour commercialiser de nouveaux produits.

C – La valorisation de l'agro-Tourisme

En 2019, l'ADT valorisera les productions et les filières de l'agro-tourisme dans le cadre d'opérations de promotion du département. Les thématiques de l'œnotourisme, des vergers (bar à fruits), poursuite de l'action "bien manger en Tarn-et-Garonne", les micro-marchés et marchés flottants mettant à l'honneur les producteurs locaux. Ainsi, la gastronomie sera mise à l'honneur dans l'ensemble des manifestations organisées par l'ADT.

D – Les campagnes de communication

En 2019, 3 grands projets seront menés en matière de communication touristique :

- Campagne d'affichage

Dans le département (réseau d'affichage du Conseil départemental), et les départements limitrophes ; une campagne d'affichage sera organisée sur plusieurs saisons sur 4 thématiques : "en famille", "itinérance douce", "les base de loisirs" et "les ambassadeurs" (thème à valider).

Un affichage sur plusieurs écrans digitaux sera réalisé à l'aéroport de Toulouse.

- Campagne média

Lancement d'une campagne publicitaire sur France 3 (habillage météo locale, diffusion du spot de séduction de la destination...) à partir du 15 avril 2019.

- Autres campagnes

. Sur les marchés de proximité, une campagne de communication (mailing) sera mise en place sur les bassins de clientèle de Toulouse, ainsi que les départements limitrophes de la région Occitanie mettant en valeur les séjours enfants.

. Création de fiches circuits balades "randoland" (à destination des familles).

. Insertions publicitaires et rédactionnels sur média de proximité (presse, radio, web).

E – Les éditions touristiques

Un appel d'offres a été réalisé comme chaque année pour l'édition des documents touristiques départementaux, avec en 2019 la traduction du magazine de séduction "la parenthèse" en espagnol et en anglais.

Parmi les documents édités, on compte les cartes touristiques, cartes randonnées, cartes itinéraires vélo, bases de loisirs, les logis, les aires de camping-cars, le "Tarn-et-Garonne en famille", le manuel des ventes et le catalogue groupes, le dossier de presse et les séjours enfants.

2 - QUALIFICATION DE L'OFFRE

L'ADT accompagne l'animation des filières, des offices de tourisme en terme de qualité et labels. À ce titre, elle met en œuvre :

A – Le développement 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 31 membres en 2019, 100 points de diffusion sur le département dont 45 sites et offices de tourisme et 55 hébergements dotés d'un présentoir.

- Le déploiement de "la carte ambassadeur" en 2019, cette carte nominative et gratuite est destinée aux habitants du Tarn-et-Garonne. Elle donnera droit à des réductions aux familles et accompagnants sur les 31 sites, membres du club. Les bénéficiaires de la carte deviennent ainsi les ambassadeurs de leur destination. La promotion de la carte est notamment assurée par l'envoi d'un flyer d'information aux nouveaux arrivants.

- La valorisation de l'itinérance, dans la perspective de qualifier le réseau des itinéraires de randonnées douces, le programme lancé en 2012 est déployé sur les axes suivants :

. la labellisation "accueil vélo" des hébergements situés sur les axes vélo voie verte canal des 2 mers et vélo route des Gorges de l'Aveyron ,

. une démarche de labellisation de 50 itinéraires de petites randonnées par le comité départemental de la randonnée pédestre,

- . la labellisation de nouveaux hébergements "accueil pêche" en lien avec la fédération de la pêche,
- . le développement d'un label départemental "accueil famille",
- . la labellisation de nouveaux hébergements "chambre d'hôte référence" en lien avec l'office de tourisme de France (OTF) et la région Occitanie,
- . en partenariat avec la région Occitanie, le déploiement de la marque "qualité tourisme Occitanie Sud de France" en direction des socio-professionnels.

Deux nouvelles thématiques seront lancées courant 2019 dans le cadre du nouveau schéma départemental du tourisme et des loisirs :

- la qualification "vignobles et découvertes" pour développer l'oenotourisme, du vignoble AOC Coteaux du Quercy,
- la qualification des hébergements "accueil équestre" dans la perspective de la structuration de la route d'Artagnan.

B – Structuration des axes d'itinérance

Dans le cadre de la signature du premier contrat de destination en juillet 2013, des actions spécifiques ont été menées en matière de structuration d'itinéraires d'intérêt touristique international.

Trois projets sont confiés à l'ADT :

- Par délibération du 15 mars 2017, le programme de valorisation de l'itinéraire cyclable du Canal des 2 Mers à Vélo, de l'Atlantique à la Méditerranée co-financés par 7 Départements et 2 Régions (Occitanie et Nouvelle Aquitaine) a été renouvelé pour 3 ans. Le pilotage du comité assuré depuis 2014 par l'ADT, a été transféré à la Haute-Garonne à compter du 1^{er} janvier 2018.

L'itinéraire cyclable figure désormais dans la carte de France des grands itinéraires, et le réseau des partenaires poursuit, dans le cadre d'un budget commun, la valorisation de ce produit touristique international, aujourd'hui programmé par plus de 15 tour-opérateurs.

- Mise en œuvre de l'itinéraire des Gorges de l'Aveyron devenu "pôle de pleine nature" en 2015, ce qui permet de promouvoir ce parcours à la fois cyclable, pédestre, mais également ouvert à la pratique de nombreuses activités de pleine nature. En 2019, l'ADT assurera la valorisation de cet itinéraire au travers du comité d'itinéraire dédié au développement des axes cyclables de Montauban à Laguépie, en lien avec le PETR Midi-Quercy, le centre permanent d'initiation à l'environnement (CPIE), et le comité départemental de cyclotourisme. Il est prévu le repérage et la commande de la nouvelle signalétique pour les 11 boucles connectées à la vélo route sur le territoire de la communauté de communes Quercy Rouergue et Gorges de l'Aveyron.

- La valorisation de l'itinéraire du chemin de Saint-Jacques de Compostelle constitue un projet prioritaire, et pour lequel l'ADT est associé à la mise en œuvre d'une signalisation d'interprétation.

- La création de l'itinéraire "la route d'Artagnan" dont le lancement officiel est prévu pour le printemps 2020.

*
* *

Vu le rapport de Monsieur le Président,

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

Vu l'avis de la commission des finances,

Après en avoir délibéré,

LE CONSEIL DÉPARTEMENTAL

- Prend acte du bilan d'activité 2018 de l'agence de développement touristique et du plan d'action 2019 selon les modalités susvisées ;
- Approuve la reconduction de l'aide départementale à l'agence de développement touristique pour un montant de 1 110 204 € ;
- 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 2018, en relation avec le partenaire départemental, association des gîtes de France de Tarn-et-Garonne, sur l'article 65740, sous-fonction 94 (ODVT) ;

- Approuve, selon les termes présentés en annexes, la convention d'objectifs pour 2019-2021 ainsi que son annexe financière pour 2019 à conclure entre l'agence de développement touristique et le Département ;
- Autorise Monsieur le Président à signer la dite convention ainsi que l'annexe financière.

Adopté à l'unanimité.

Madame Monique Ferrero ne prend pas part au vote.

Le Président ,

Christian ASTRUC