

TARN-ET-GARONNE

Tourisme

Sud-Ouest - Occitanie

STRATÉGIE OPÉRATIONNELLE EN PROMOTION-COMMUNICATION POUR 2019



Agence de Développement Touristique
TARN-ET-GARONNE



1 - Affirmation d'un positionnement de Destination

Selon une étude menée par l'ex DATAR (aujourd'hui 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 voulue, perçue et réelle de la Destination Tarn-et-Garonne reprend toutes les valeurs et les thèmes évoqués ci-dessus.

Le Tarn-et-Garonne s'affirme naturellement à la fois comme une Destination de Campagne et une Destination du bon et du bien-vivre au cœur du Sud-Ouest.

1 - Affirmation d'un positionnement de Destination

C'est dans ce contexte, que la stratégie touristique du Tarn-et-Garonne puise son potentiel et ses différents attraits. En Tarn-et-Garonne, notre offre d'activités thématiques qualifiées repose notamment 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 et le fluvial, les randonnées, Pôle Natura 2000...), d'activités ludiques (bases de loisirs, sports aquatiques de plein air...) et d'activités festives (animations et festivals)
- un **Tourisme de Découverte** autour du patrimoine vernaculaire mais aussi les Plus Beaux Villages de France et villages de charme et de caractère, les Grands Sites d'Occitanie, site inscrit au Patrimoine Mondial par l'UNESCO etc...)
- un **Tourisme du Goût** (autour de produits agricoles d'excellence / notion de Verger du Sud-Ouest et une gastronomie reconnue / actions liées au Bien Manger en Tarn-et-Garonne)
- un **Tourisme du Vin** autour de nos 6 appellations (dont l'AOP Fronton labellisée Vignobles & Découvertes et l'AOP Coteaux du Quercy (démarche V&D en cours).

1 - Affirmation d'un positionnement de Destination

Un important travail de communication et de promotion va être entrepris à partir de 2019 afin de travailler encore plus finement la notoriété de la Destination Tarn-et-Garonne.

Propositions :

1°) Simplification et uniformisation de l'appellation de la structure ADT qui deviendrait **Tarn-et-Garonne Tourisme**.

2°) Création d'un **nouveau logo d'identification** en remplacement des anciens « Au fil de vos envies » et ADT82 (travail en partenariat avec la Direction de la Communication du Département).



3°) Adjonction d'une **signature de destination** afin de permettre aux clients-touristes de situer (géographiquement) plus facilement le territoire départemental.

4°) Offrir à la Destination une **signature « promesse clientèle »** et/ou un slogan qui aurait pour but de conforter et rassurer nos différents prospects.

Dans le cadre de l'affirmation d'un positionnement de Destination, il convient de partager au niveau de tous les professionnels du tourisme un même principe de signature pour des cibles clients identifiées.

Une signature promesse clientèle

Tarn-et-Garonne, destination du Bien-Vivre

TARN-ET-GARONNE

Tourisme

Sud-Ouest - Occitanie

Une signature de destination

Tarn-et-Garonne Tourisme / Sud-Ouest Occitanie

Tarn-et-Garonne / Sud-Ouest Occitanie

3 cibles stratégiques de clientèles

Grand Public, Professionnels et Presse/Influenceurs

Des bassins émetteurs emblématiques en France

Occitanie - Nouvelle Aquitaine / Paris Ile de France / Ouest / Sud-Est

Des pays émetteurs emblématiques à l'étranger

Grande-Bretagne / Belgique / Espagne / Pays-Bas / Allemagne



Agence de Développement Touristique
TARN-ET-GARONNE

2 - Stratégie Thématique Opérationnelle

Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Les enjeux :

- > **Internet** : imaginer un site portail de destination pertinent, attractif et séduisant.
- > **Interactions public/destination** : gagner le pari de l'expérientiel en développant des récits, des portraits et des expériences afin de plonger l'internaute au cœur du Tarn-et-Garonne.
- > **Réseaux sociaux** : positionner avantageusement la destination auprès de tous supports « communautaires » et auprès des influenceurs/blogueurs.
- > **Base de Données** : poursuivre la constitution et la qualification de la BDD départementale pour séduire et fidéliser de(s) (nouveaux) prospects.
- > **E-marketing de conquête et de fidélisation** : développer une programmation stratégique de newsletters à destination de nos 3 cibles de clientèles.
- > **Banque d'images et vidéos touristiques** : optimisation de l'outil Ajaris auprès des professionnels du tourisme / programmation annuelle d'acquisition de vidéos et photos mutualisées.

Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Les actions :

-> Refonte du site Internet de Tarn-et-Garonne Tourisme

Avec ce nouveau site, notre volonté est de :

- 1) **séduire** l'internaute,
- 2) lui **donner envie** de venir en T&G pour vivre une expérience unique,
- 3) le **faire consommer** à travers tout le territoire,
- 4) faire de lui un **ambassadeur** afin qu'il partage son vécu sur les réseaux sociaux !

Le nouveau site fera la part belle aux **belles images**, aux **vidéos**, à des **portraits**, à des **témoignages** de touristes, aux **réseaux sociaux**, aux **territoires**, à des **idées de circuits** à la journée, aux **fêtes et animations**, à des **prestations labellisées**, des **produits et offres**.

Le site sera penser en « **mobile first** » (simplification de la navigation web, réponse instantanée aux attentes des mobinautes « Que faire à l'instant t », responsive design)

-> **Partenariat OT, filières, consulaires, labels** : images, vidéos, portraits, expérientiel, F&M, circuits...

---> **Deadline : Lancement Avril 2019**

Partenariat ADT/ Fédération des Vins du T&G
Création d'un univers dédié aux vins dans le nouveau site de l'ADT avec double possibilité d'accès dont une via l'URL dédiée à la Fédération : www.vins-tarnetgaronne.fr



Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Les actions :

-> Refonte des sites pros départementaux (en lien avec le site portail)

- **Nouvelle version de l'accès Pro** à destination des professionnels du tourisme.
- **Nouvelle version de l'accès Presse** à destination des médias et influenceurs.
- **Nouvelle version de l'accès Organismes de Voyages / Groupes / Séminaires** à destination des groupes, tribus, agences de voyages, autocaristes...
- > **Partenariat OT, filières, consulaires, labels** : images, vidéos, portraits, expérientiel, F&M, circuits...

---> **Deadline : Avril 2019**

-> Poursuite de l'alimentation des applications

- Géo Canal Midi
- Sur les chemins de St Jacques de Compostelle
- Site du CRT Occitanie : choix des sujets et rédaction des expériences

-> Poursuite de l'alimentation de sites partenaires et départementaux

- Canal des deux mers à vélo
- Véloroute des Gorges de l'Aveyron (en cours)

Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Les actions :

-> **Réseaux sociaux** : positionner avantageusement la destination auprès de tous supports « communautaires » et auprès des influenceurs/blogueurs.

1) **Facebook** : dynamisation de nos **4 pages dédiées** : la **page Destination** (exclusivement de belles photos et vidéos), la **page Agenda** (créée en 2018 pour mettre en avant tous les évènements et animations), la **page ADT** (pour valoriser nos actions professionnelles) et la **page Réservation** (pour les offres de séjours).

Actions proposées : pour gagner des fans et optimiser notre visibilité, nous réaliserons des **campagnes payantes de lead ads** sur les 2 pages grand public et **création d'un jeu** « Devenez les ambassadeurs du Tarn-et-Garonne ! » avec dotations.

2) **Instagram** : dynamisation de notre compte Instagram en partenariat avec les comptes Instagram des OT et partenaires

Actions proposées : **création d'Instameet** en partenariat avec les OT/partenaires des différents territoires (accueil d'intagramers sur 1 journée).

Création de la communauté « igerstarnetgaronne » (en cours).

---> **Partenariat OT, filières, professionnels** : de 4 à 6 journées sur l'année

---> **Deadline : à partir du printemps 2019**

Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Les actions :

-> **E-marketing de conquête et Base de Données** : afin de poursuivre nos actions de séduction des clientèles sur le web et nous constituer une BDD renouvelée, il est proposé aux partenaires de l'ADT de co-financer la réalisation d'une voire deux campagnes d'emmarketing de conquête.

Action proposée : **campagne payante op'tin** pour se constituer un fichier renouvelé de prospects potentiels / entre 10 et 15 000 prospects acquis.

Fichier mutualisé et réservé aux seuls besoins du partenaire et de l'ADT.

---> **Partenariat OT, filières, professionnels**

---> **Deadline : à partir du printemps 2019**

-> **E-marketing de fidélisation** : dans le cadre de notre investissement du numérique et la diffusion d'informations pertinentes, nous proposons la création de 4 newsletters thématiques correspondant à 3 cibles de clientèles :

1) **News Grand Public « Destination Tarn-et-Garonne »** : lettre de séduction agrémentée de contenus ciblés (textes, expériences, portraits, images, offres...), adaptés aux saisons et aux attentes des clientèles (Cf. étude de clientèle). Programmation annuelle à raison d'une news par mois selon un calendrier pré-établi / envoi le mardi.

Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Programmation des news Destination Tarn-et-Garonne :

- **9 janvier** : Thème 1 : Activités bien-être et détente / Thème 2: Offres promo.
- **5 février** : Thème 1 : Gastronomie / Thème 2 : «Saint-Valentin».
- **5 mars** : Thème 1 : Viticulture / Thème 2 : Idées week-end pour Pâques (21/04).
- **9 avril** : Thème 1: Famille et Loisirs / Thème 2 : Art de vivre.
- **9 mai** : Thème 1 : Fêtes des Mères (26/05) / Thème 2 : Idées pour les longs week-ends de l' Ascension (30/05) et Pentecôte (9/06).
- **4 juin** : Thème 1 : Festivals et Evènementiels / Thème 2 : Fête des Pères (16/06).
- **2 juillet** : Thème 1 : Famille et Loisirs / Thème 2 : Festivals et Evènementiels.
- **6 août** : Thème 1 : Famille et Loisirs / Thème 2 : Festivals et Evènementiels.
- **10 septembre** : Thème 1 : Viticulture / Thème 2 : Art de vivre.
- **1er octobre** : Thème 1 : Famille et Loisirs vacances de Toussaint / Thème 2 : Viticulture.
- **5 novembre** : Thème 1 : Activités d' automne / Thème 2 : Premières idées de réveillon.
- **10 décembre** : Thème 1 : Idées cadeaux / Thème 2 : Réveillons de Noël et du 31 décembre.

---> **Partenariat OT, filières, professionnels**

---> **Deadline : envoi des infos 15 jours avant la date d' envoi.**

Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Les actions :

2) News Grand Public « Agenda des sorties en Tarn-et-Garonne » :

lettre invitant à la découverte du Tarn-et-Garonne via les fêtes, animations et festivals organisés toute l'année. Cette sélection est extraite des saisies réalisées par les Offices de Tourisme et l'ADT dans le DMS Constellation (animations d'intérêt départemental, régional et national).

Thèmes de prédilection : concerts, spectacles, soirées à thème, marchés de producteurs, journées portes ouvertes, animations culturelles, brocantes et vides-greniers...).

Destinataires : prospects « grand public » sur le Tarn-et-Garonne et départements de proximité + contacts médias régionaux.

---> **Partenariat OT, filières, professionnels**

---> **Suppression d'évènement : bandeau promotionnel dans la news**

---> **Deadline : tous les mercredis à partir du 9 janvier 2019**

---> **Nombre de destinataires : 17 780 au 1^{er}/09/2018**



Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Les actions :

3) News Professionnelle « Destination Tarn-et-Garonne, newsletter dédiée aux professionnels du tourisme » : diffusion d'infos pratiques sur les actions menées par l'ADT (pôles ingénierie, marketing et ressources), mais aussi sur les retombées économiques du tourisme (notes de conjonctures, enquêtes de clientèles, bilans etc...). Programmation annuelle sans calendrier pré-établi mais tant que de besoin en fonction de l'actualité dédiée aux professionnels tarn-et-garonnais.

Destinataires : Offices de Tourisme, prestataires du tourisme et élus.

---> **Deadline : le mardi ou le jeudi, envoi tant que de besoin.**

---> **Nombre de destinataires : 932 au 1^{er}/09/2018**

4) News Professionnelle « Destination Groupes en Tarn-et-Garonne » : diffusion d'informations, d'idées d'excursions et de séjours, d'activités « incentive » etc... pour tous groupes constitués. Envoi de 4 news par an

Destinataires : autocaristes, agences de voyages, TO, CE, associations etc...

---> **Deadline : le mardi (printemps, été, automne, hiver)**

Axe 1 : Développer, innover et investir le numérique

Les actions :

-> **Banque d'images et vidéos touristiques** : l'ADT de Tarn-et-Garonne souhaite développer une banque d'images et de vidéos touristiques départementale auprès de ses partenaires et professionnels du tourisme. Cet outil sera élaboré grâce aux fonctionnalités du programme Ajaris acquis par le Conseil Départemental.

Objectifs :

- **proposer une photothèque en ligne aux professionnels du tourisme** pour leurs besoins en promotion-communication (accès individualisé et soumis à conditions) ;
 - **offrir une photothèque en ligne aux journalistes et voyageurs** avec une sélection de photos libres de droits pour leurs publications (accès temporaire) ;
 - **constitution d'un fond d'images** par des photographes professionnels et blogueurs (acquisition d'une sélection de photos en mutualisation) ;
 - **programmation d'acquisition de vidéos mutualisées** sur l'ensemble des territoires et par grande thématique (nature, patrimoine, culture, gastronomie...).
- > **Partenariat OT, filières, professionnels**
- > **Deadline : à partir du printemps 2019**

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les enjeux :

- > **Salons en France et à l' étranger** : poursuivre le travail de conquête en direction de nouvelles clientèles, tout en fidélisant les clientèles déjà séduites. Fédérer les professionnels sous une même bannière « Tarn-et-Garonne Tourisme » pour optimiser la gestion et l'animation de ces espaces. Création d'une nouvelle collection de visuels « Tarn-et-Garonne Tourisme » ainsi que des visuels pour les partenaires OT sur chaque territoire.
- > **Actions de séduction sur le marché de proximité** : développer une stratégie de conquête autour de la notion « d'Ambassadeurs du Tarn-et-Garonne ».
- > **Editions** : redynamiser nos supports de promotion « papier » en les adaptant aux attentes actuelles des clientèles et des cibles visées.
- > **Campagne de communication/ Promotion Mix-Médias** : poursuivre le travail engagé sur la notoriété de la Destination Tarn-et-Garonne par des opérations ciblées sur notre 1^{er} bassin émetteur de clientèles à savoir la grande région Occitanie. Large communication sur l' image « Tarn-et-Garonne, La destination du Bien-Vivre » sur une sélection de supports qualitatifs (web, print, TV).
- > **Street Marketing** : engager des actions non conventionnelles ciblées à l'occasion d'opérations et/ou d'évènements afin d'interpeller le public et créer le buzz.

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> **Salons Marché France / cible : Grand Public / opérations mutualisées**

63% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est française (% en nombre de nuitées)

Salon International du Tourisme de Nantes

Dates: 25 - 27 janvier 2019 - Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : 36m² (banques d'infos tourisme pour les OT et professionnels)

Coût par partenaire : **1 500€ TTC** / Espace animation : 18m² offerts (démonstrations, artisanat...).

Micro marché à Toulouse (Rue Alsace Lorraine)

Dates: 25 - 26 avril 2019 (dates à confirmer) - Partenariat : ADT82 / OT du T&G

> Stand mutualisé : OT avec 1 prestataire

Coût par partenaire : **1 700€ TTC**.

Bordeaux Fête le Fleuve

Dates: 20 – 23 juin 2019 - Partenariat : ADT82 / OT du T&G

> Stand mutualisé : OT avec 1 prestataire

Coût par partenaire : **1 280€ TTC** les 10 jours ou **660€** les 5 jours.

20^{ème} Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris (150 000 visiteurs)

Dates: 20 – 22 septembre 2019 - Partenariat : ADT82, CDT32 et CDT47

> Stand producteur : réservé aux producteurs engagés dans des labels/démarches qualité

Coût par partenaire : **1 050€ net**. (stand de 1,5m de façade sur 3m de profondeur)

20^{ème} Salon des Vins et Terroirs à Toulouse

Dates: 1^{er} week-end de novembre 2019 - Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : ouvert aux OT, visites oeno-touristiques, producteurs Vignobles & Découvertes

Coût par partenaire : **1 500€ TTC**.



Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions : -> **Salons Marché France**

Cible : **Grand Public (Présence unique de l'ADT)**

Salon Mondial du Tourisme/Destination Nature à Paris

Date : 14 – 17 mars 2019

Partenariat : avec le Comité d'itinéraire du Canal des Deux Mers à vélo.

Festival La Roue Tourne à Roques sur Garonne

Date : 10 février 2019

Partenariat : avec le Comité d'itinéraire du Canal des Deux Mers à vélo.

Animation CE Airbus Toulouse

Date : début avril / 1/2 journée

Partenariat : entre le CRT et les ADT/CDT d'Occitanie

Festival International du Film de Voyage et d'aventure

« What a Trip » à Montpellier

Date : 27 - 29 septembre 2019 (3 jours, place de la Comédie)

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

Fête de la Nature à St Nicolas de la Grave
(19 mai 2019)

Fête du Goût et des Saveurs à Montauban
(2^{ème} quinzaine de juillet)

Fête des Vendanges à Albias
(début septembre)

Fête de la Gastronomie 22 – 24 mars 2019

Fête du Vin à Montpezat de Quercy
(1^{ère} quinzaine d'août)

Saveurs et Senteurs à Fronton
(2^{ème} quinzaine d'août)

Bienvenue à la Campagne à Montbeton
(2^{ème} quinzaine d'août)

Tractomania à Caussade (2^{ème} quinzaine d'octobre)

En 2019, la notion de « Tarn-et-Garonne, verger du Sud-Ouest » sera promue via le Bar à fruits et/ou la distribution de jus de fruits sur plusieurs animations départementales et évènementiels.



Agence de Développement Touristique
TARN-ET-GARONNE

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> **Marché Etranger / cible : Grand Public / présence unique de l'ADT**

37% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est étrangère (% en nombre de nuitées)

- ESPAGNE (Pays Basque)

Salon Navartur à Pampelune

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

Dates : 22 – 24 février 2019

Salon Ficoba à Irún

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

Dates : 29 – 31 mars 2019

- PAYS-BAS

Salon Fiets en Wandelbeurs à Utrecht

Partenariat : Comité d'itinéraire du Canal des Deux Mers à vélo

Dates : 1 – 3 mars 2019

Pour la Grande-Bretagne, la Belgique, l'Allemagne et les autres pays étrangers (marché européen et marchés lointains), nos actions de séduction s'appuient sur des workshops et accueils de presse.



Agence de Développement Touristique
TARN-ET-GARONNE

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> **Marchés France et étranger / cible : Presse**

Salons et Workshops Presse

FRANCE :

DEPTOUR, rencontres Presse Nationale à Paris, organisées par Tourisme & Territoires.

Dates: 14 - 15 janvier 2019

BELGIQUE :

Workshop Agence Glenaki

Date : 28 février 2019

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

GRANDE-BRETAGNE :

Workshop IMM à Londres

Date : 25 mars 2019

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

ESPAGNE :

Relations Presse en Espagne, travail de sensibilisation de la presse et des réseaux sociaux par Alfons Berruezo dans le but d'organiser des accueils dans les départements.

Date : toute l'année 2019

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

Insertions Presse

ESPAGNE :

Insertion publicitaire dans El Diario

Vasco, en partenariat avec ADT82, CDT31, CDT32, CDT81.

Cible Blogueurs

FRANCE :

Salon des Blogueurs « We are Travel »,
11 et 12 Avril à Lille



Agence de Développement Touristique
TARN-ET-GARONNE

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> **Marchés France et étranger / cible : Professionnels des Groupes**

Editions

Manuel de Ventes : nouvelle version du document référençant les professionnels qui accueillent des groupes / édition 2019 pour la période 2020-2021.

Tirage : 300 exemplaires.

Brochure Groupes : nouvelle version du catalogue annuel dédié aux excursions, séjours et séminaires groupes.

Tirage : 900 exemplaires.

Internet et e-marketing

Nouvel accès dédié aux Professionnels des Groupes et voyagistes est prévu dans le nouveau site de l'ADT avec mise en avant des prestations et produits groupes.

News letter Pro : 4 fois/an l'ADT élaborera une news de séduction spéciale pour les Professionnels du groupe / partenariat avec OT.

Eductours et Workshops professionnels **Workshop Green France**

Date : juin 2019 (date non communiquée)

Partenariat : ADT + OT du Tarn-et-Garonne

Eductour et Workshop Destination Occitanie

Date : 29 – 31 mars 2019

Partenariat : CRT d'Occitanie et ADT + OT du T&G

2 Eductours Rendez-vous en France

Date : 14 – 20 mars 2019

Partenariat : CRT d'Occitanie et ADT + OT du T&G

Workshop Destination Vignobles

Date : octobre (date non communiquée)

Partenariat : ADT82 et CDT31

Workshop Méditerranée

Date : octobre (date non communiquée)

Partenariat : Atout France + CRT d'Occitanie + professionnels

Workshop « Destination Groupes »

Date : octobre (date non communiquée)

Partenariat : Tourisme & Territoires et ADT/CDT

Partenariat ADT / OT

Mise en production : signature de Conventions (immatriculation Atout France) et création de nouveaux produits groupes avec les OT des différents territoires. Mise en œuvre d'actions de conquête pour commercialiser ces prestations commissionnées.



Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> Campagne de communication/ Promotion Mix-Médias

Objectifs : travailler la notoriété, développer une image de marque, partager les valeurs de la Destination Tarn-et-Garonne, créer une présence à l'esprit auprès d'un public cible sur la proximité (départements ex. Midi-Pyrénées + ciblage sur des départements proches à potentiel: Gironde, l'Hérault, les Pyrénées-Orientales, Gard...).

1) Communication sur médias TV et Internet avec France 3

- **Campagne TV: 14 jours consécutifs, 50 spots.**

Date : avril 2019 / Cible : 35ans+ et seniors.

- **Double Campagne Web concomitante :**

>>> Présence sur le **portail francetv.fr** / Transformation du spot TV en pré roll vidéo et diffusion de celui-ci avant chaque **programme vu en replay**.

Ciblage des clientèles visées : par villes en géolocalisation depuis le portail des émissions.

>>> Habillage du **portail meteofrance.fr** aux couleurs du Tarn-et-Garonne avec bannière promotionnelle durant 15 jours.

- **Promotion sur Réseaux sociaux:** post sur la page Facebook de France 3 Occitanie.



Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> Campagne de communication/ Promotion Mix-Médias

2) Campagne de communication sur des Sets de table

→ Création d'une campagne de com sur des sets de table diffusés potentiellement sur toute la région Occitanie (réseau de 623 restaurants, brasseries, Pizzerias...).

Setimpact gère la création du support, l'envoi dans les établissements, le suivi avec rapport en cours et à l'issue de l'opération + enquête comportementale post-déjeuner sur la perception de la campagne par les clients (50 000 sets nécessaires).

Durée: 2 à 3 semaines. Ciblage : par ville, par département.
Partenariat proposé entre « Destination Tarn-et-Garonne » et zoom sur un territoire, une localité, un site. Interaction possible via un jeu / un QR code / renvoi sur formulaire...



Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> Campagne de communication/ Promotion Mix-Médias

Campagne d'affichage dans le département

Grâce au réseau d'affichage du Conseil Départemental, nous poursuivrons des actions ciblées sur 4 thématiques : en famille, itinérance douce, bases de loisirs, ambassadeur (thèmes à valider).

Campagne d'affichage à l'Aéroport de Toulouse

Diffusion d'une campagne de communication sur le réseau JCdecaux dans l'Aéroport Toulouse et sur un potentiel de 8 écrans (salle d'embarquement ou d'arrivée).



Sélectionnez l'écran de votre choix (au sein de son unité visuelle)



Toulouse Blagnac
Départs & Arrivées



8 écrans de 70''
Spot de 10,15 ou 30''



750 000 passagers*
Trafic couvert en 28 jours



Message dynamique
Diffusion du message jusqu'à 1140 fois/jour

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> Campagne de communication/ Promotion Mix-Médias

TOULOUSE : LE HUB BUSINESS



TOP NATIONALITÉS ETRANGÈRES



Britanniques



Allemands



Espagnols



Italiens



Belges

TOP DESTINATIONS



Paris



Lyon



Madrid



Londres



Amsterdam

easyJet

AIRFRANCE

Lufthansa

HOP!

VOLOTEA

RYANAIR

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> Campagne de communication/ Promotion Mix-Médias

Communication Randoland

Proposition de Partenariat avec les OT Intercommunaux pour le déploiement de circuits Randoland dans tout le Tarn-et-Garonne. L'ADT accompagne les territoires qui souhaitent créer des fiches circuits Randoland dans le cadre de la politique en faveur de l'accueil et de la qualification de l'offre Famille. A ce jour, il existe 22 circuits en Terres des Confluences et 4 en Midi-Quercy Gorges de l'Aveyron.

Randoland propose la conception et la réalisation d'un circuit de balade adapté aux enfants de 4/12 ans. Possibilité d'impression des fiches à l'infini.

Au 05/11/2018
OT intéressé :
La Lomagne



BALADES LUDIQUES POUR PETITS ET GRANDS

La Ville-Dieu-du-Temple

Visiter, se balader, s'amuser!

Office de Tourisme Intercommunal Moissac-Terres des Confluences
1 Boulevard de Brienne
82 200 Moissac
05 32 09 69 36

Bureau d'information touristique de Castelarrain et Capitainerie
3 bis allée de Ventou
82 100 Castelarrain
05 63 32 01 39

Bureau d'information touristique de Saint-Nicolas-de-la-Grave
Place du Château
82210 Saint-Nicolas-de-la-Grave
05 63 94 82 81

www.tourisme-moissac-terresdesconfluences.fr

Facile 1,2 km 45 min

La Ville-Dieu-du-Temple

Départ : Devant l'église
GPS: 44.033688N / 1.218018E

Le nom de La Ville-Dieu-du-Temple est un héritage des temples. C'est après avoir créé une commanderie au XII^e siècle, que les Templiers fondèrent dans l'hostie forêt d'Agre une cité nommée Vilaedj, La Ville Dieu.

Au XIV^e siècle le village passa sous le contrôle de l'ordre de Malte qui y posséda une imposante forteresse. La Révolution Française.

Carnet de route
Soyez vigilants avec vos enfants notamment sur les zones non piétonnes sous votre entière responsabilité. L'Office de Tourisme et la sécurité sont responsables en cas d'accident.

Commencer la balade sur le parking de l'église. Aller observer le monument aux morts (1). Faire demi-tour et regarder avec attention le travail de l'autre côté de la route (2). Longer la rivière pour aller observer le château d'eau (3). Continuer jusqu'au pont à droite et traverser la rivière. Marcher une centaine de mètres pour aller observer les jeux pour enfants et le city stade (4). Faire le tour de l'étang de pêche et traverser petite île pour aller au premier Château plus près (5). Au bout à gauche l'église. Chercher Fin de la

1 Le monument aux morts
Quel était le nom de famille du sous-lieutenant de la guerre 1939 - 1945?
Inscrie ta réponse dans la grille.

2 Le rond-point
Observe la sculpture en acier fixé contre un mur. Deux amis ont donné le nom correspondant à différentes croix.

3 Le musée
Comment s'appelle le musée?
Tu peux retrouver son nom autour du blason. Maintenant classe les lettres qui composent son nom dans l'ordre alphabétique.
Ex. : CHEVALIER → ACEEHLRV
Inscrie ta réponse dans la grille.

4 Le lavoir
Comment s'appelle la rivière qui alimente le lavoir?
Note ta réponse dans la grille.

5 Le château d'eau
Regarde attentivement le haut du château d'eau. Il y a desoiseaux mais il y a aussi un autre animal. Le vois-tu qui semble marcher sur le rebord?
Reposte son nom dans la grille.

6 L'espace de jeux
Parmi les trois sports suivants, lequel n'est pas prévu pour être pratiqué sur le city stade?
FOOTBALL
BASKET-BALL
VOLLEY-BALL
Reposte ta réponse dans la grille.

7 Le château d'eau
Deux amis discutent du château d'eau.
ANTOINE : Tu as vu, il y a une femme funambule et un pommier sur le château d'eau.
GABRIEL : Je vois bien la funambule mais ce n'est pas un pommier, c'est un pied de vigne avec du raisin!
Note dans la grille, le prénom de celui qui dit la vérité.

8 L'église
Une partie du vitrail a été dissimulée sous la tache verte, sur la photo ci-contre. Cherche ce vitrail dans l'église.
Inscrie dans la grille, le nom de l'objet masqué.

Grille réponse

Circuit n° 8209601M

Remets en ordre les caractères des cases colorées pour retrouver le prénom de la balle jeune fille.

Ta réponse : []

Un peu d'aiguillage!
Tu peux aussi distinguer, sur la fenêtre, un templeur avec sa croix rouge.

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> Actions de séduction autour de la notion d'Ambassadeur du Tarn-et-Garonne

Distributeur de flyer « Carte d'Ambassadeur » dans le réseau des OT

Un présentoir plexi dédié à la Carte Ambassadeur sera proposé aux Offices de Tourisme afin qu'ils puissent relayer le dispositif auprès de la clientèle locale (uniquement les Tarn-et-Garonnais).

Promotion systématique du dispositif « Carte d'Ambassadeur »

Dans tous les événements auxquels l'ADT participera sur le Tarn-et-Garonne, une promotion de la Carte Ambassadeur sera réalisée avec possibilité d'obtenir sa carte immédiatement (sur présentation d'une pièce d'identité).

Action spéciale envers les Nouveaux Arrivants

Acquisition du fichier des nouveaux arrivants 2019 : envoi de 2100 pochettes d'informations touristiques avec promotion de la Carte d'Ambassadeur tout au long de l'année, à raison de 100 envois par mois.

Campagne d'affichage dans le département

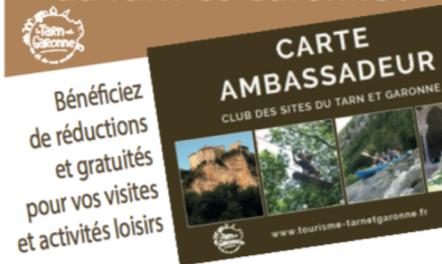
Grâce au réseau d'affichage du Conseil Départemental, nous poursuivrons la promotion de la Carte Ambassadeur au cours de l'année 2019.



Agence de Développement Touristique
TARN-ET-GARONNE

**Découvrez et visitez
votre département !**

**Devenez Ambassadeur
du Tarn-et-Garonne !**



**Vous êtes tarn-et-garonnais, alors
demandez gratuitement votre carte
en renvoyant le coupon ou sur le site
www.tourisme-tarnetgaronne.fr**

 Renvoyez ce coupon à l'ADT de Tarn-et-Garonne - CS90534
82005 MONTAUBAN CEDEX
Plus d'infos et conditions d'utilisation sur notre site
ADT Tarn-et-Garonne - Tél: 05 63 21 79 65 

J'accepte de devenir Ambassadeur et de recevoir des infos de l'ADT82.
Nom
Prénom
Adresse
Code Postal Ville
Tél
Mail

Axe 2 : Séduire, conquérir et fidéliser les clientèles

Les actions :

-> Devenez vous aussi des Ambassadeurs de la « Destination Tarn-et-Garonne »

Je suis un producteur, un professionnel et je veux faire la promotion de la « Destination Tarn-et-Garonne » sur un salon, une foire...

Pour vos besoins l'ADT met à votre disposition un Pack de Communication comprend :

- 1 Visuel (Roll'up ou Kakémono) en prêt pour votre opération
- 1 Lot de documentation touristique (50 ex. du magazine La Parenthèse + 50 ex. carte touristique)
- 1 Lot de 30 poches Tarn-et-Garonne
- 1 Affiche de séduction sur la destination
- 1 Lot de 30 cartes postales « Destination Tarn-et-Garonne »
- Vidéo de la Destination Tarn-et-Garonne

En option : possibilité de réaliser 1 ou des Visuels (Roll'up ou Kakémono) charté aux couleurs des nouveaux visuels de Tarn-et-Garonne Tourisme !

Je suis un Office de Tourisme et je veux faire la promotion de la « Destination Tarn-et-Garonne » lors d'une opération, d'un salon...

Pour vos besoins l'ADT met à votre disposition un Pack de Communication comprend :

- 1 ou des Visuels (Roll'up ou Kakémono) en prêt pour votre opération
- 1 Lot de documentation touristique (tous nos supports dans la limite des stocks dispo)
- 1 Lot de 30 poches Tarn-et-Garonne
- 1 Affiche de séduction sur la destination
- 1 Lot de 30 cartes postales « Destination Tarn-et-Garonne »
- Vidéo de la Destination Tarn-et-Garonne

En option : possibilité de réaliser 1 ou des Visuels (Roll'up ou Kakémono) charté aux couleurs des nouveaux visuels de Tarn-et-Garonne Tourisme !

Ces outils sont mis à disposition gratuitement (sauf commande de visuel personnalisé) et sur réservation (1 mois à l'avance) et dans la limite des stocks disponibles.

Axe 3 : Développer une culture de réseau professionnel

Les enjeux :

-> **Création d'un rendez-vous mensuel avec les professionnels : « Les Rencontres Tourisme de l'ADT »** : grâce à ces sessions de travail, l'idée est de donner des infos pratiques aux professionnels du tourisme sur des sujets incontournables afin de les qualifier et de constituer un effet de « réseau » entre eux.

Sujets envisagés : Comment bien accueillir un journaliste? Comment mettre en place un outil de statistique et de comptage de ma clientèle ? Comment travailler la cible des groupes ? Comment optimiser ma promotion avec les outils proposés par l'ADT? Comment puis-je gagner le pari des réseaux sociaux? Comment puis-je qualifier mes prestations ?

-> **Création d'une « Journée Tourisme et Internet » dédiée aux professionnels**: dans un monde touristique où l'internet est roi et incontournable, il est indispensable de donner aux professionnels toutes les clés de compréhension sur les dernières tendances et outils développés sur Internet. Journée annuelle en avril 2019 avec lancement du nouveau portail web de l'ADT / témoignages sur la gestion de sa notoriété sur les réseaux sociaux.

-> **Création de deux groupes de travail dédiés au « Tourisme Familial en Tarn-et-Garonne » et à notre offre oenotouristique »** : le but de ces groupes de travail (dont l'aboutissement pourrait se concrétiser par la constitution d'un Club de Prestataires pour chacune des thématiques), est de recenser les besoins en promotion, en communication, étudier des projets structurants afin de valoriser et optimiser la visibilité de chaque professionnel, tout en créant un effet de réseau auprès des prestataires engagés sur ces deux thématiques.



POLE MARKETING

**TARN-ET-GARONNE
RÉSERVATION**

EVOLUTION DE L'ACTIVITE

Phase 1 : depuis 2009

Depuis son intégration au sein de l'ADT en 2009, la Centrale de Réservation, ex Loisirs Accueil a cessé son activité dans sa forme traditionnelle. A la place, c'est un Service de Réservation, bras armé de l'agence qui l'a remplacé en termes de :

- **mise en production touristique** (417 produits indiv. et enfants commercialisés/an),
- **séduction des clientèles groupes** (trentaine de produits en propre et partenariat OT),
- **commercialisation d'une offre touristique de qualité** (soutenant les hébergements labellisés et classés et ce même si le service n'est désormais plus qu'apporteur d'affaire auprès des Gîtes de France 82).

Phase 2 : depuis le 1^{er} janvier 2018

Pour répondre aux attentes des clientèles et à l'évolution des comportements des consommateurs par rapport à internet, l'idée de **créer une Place de Marché en ligne** ouverte à toutes les offres touristiques du Tarn-et-Garonne est née.

Les objectifs de ce dispositif porté par l'ADT et son Service de Réservation sont multiples :

- **rendre autonomes les propriétaires d'hébergements** comme les **gestionnaires de sites de loisirs** dans la commercialisation de leurs prestations,
- leur permettre de **gérer un planning unique de réservation** tout en leur permettant de **diffuser leurs offres sur différents canaux de distribution** (OTA's comme Booking, Expedia, TripAdvisor...),
- avoir un **outil simple d'utilisation**, qui puisse se **transformer en véritable site internet** le cas échéant et **créer un réseau de prestataires fédérés par l'ADT** pour **mettre en commercialisation** tous les attraits de notre offre touristique.



Cette évolution est aujourd'hui engagée par plusieurs départements d'Occitanie comme en France.

LE SERVICE DE RESERVATION EN QUELQUES CHIFFRES

Le Service de Réservation de l'ADT82, c'est une équipe au service des propriétaires de Locations de vacances et de tous les professionnels du Tourisme

109

Locations de vacances de Propriétaires commercialisées en gestion directe et en ligne

80

Propriétaires accompagnés techniquement par le service (car trop âgés ou non équipés d'Internet)

150

Propriétaires accompagnés dans des démarches qualité par le service

25

Propriétaires Gîtes de France ont manifesté leur souhait de quitter la Centrale de réservation des Gîtes en Aveyron pour rejoindre celle de l'ADT82

565

Nombre de contrats réalisés par le Service de Réservation au 30/09/2018

417

Nombre de produits Commercialisés/an par le Service de Réservation

NOUVELLES ORIENTATIONS POUR LE SERVICE DE RESERVATION

-> **Au niveau départemental :**

1°) Missions de commercialisation

- **Animation de la Plateforme de distribution** (accompagnement des professionnels du tourisme à se commercialiser de façon autonome) : démarchage et vente des packs, suivi après-vente, aide aux paramétrages, animations d'ateliers sur le terrain en partenariat avec les OT.
- **Service de gestion des réservations** pour les propriétaires souhaitant nous déléguer la commercialisation de leur gîte (223 structures vendues par le service).
- **Apporteur d'affaires** pour toute l'offre « Gîtes de France Tarn-et-Garonne ».
- **Classement Meublés de Tourisme** (en relation avec le Pôle Ingénierie).

2°) Mission de mise en production

- **Séjours enfants** (5 prestataires et 15 produits différents).
- **Séjours individuels** (12 prestataires et 12 produits différents).
- **Séjours thématiques oeno-tourisme** (labellisés Vignobles & Découvertes).
- **Partenariats avec les OT et des professionnels hôteliers** qui n'ont pas l'immatriculation pour commercialiser des produits touristiques et des séjours/journées pour groupes et individuels.

Pour *memo*, le Tarn-et-Garonne compte à ce jour **24 structures immatriculées** au Registre des Opérateurs de Voyages et Séjours dont **seulement 2 spécialisées dans le réceptif** départemental : l'ADT 82 et l'OT du Grand Montauban. La majorité de ces opérateurs utilise leur immatriculation dans le cadre de leurs activités associatives et/ou pour la vente de séjours issus de catalogues nationaux (destination France hors Tarn-et-Garonne et étranger).



Agence de Développement Touristique
TARN-ET-GARONNE

NOUVELLES ORIENTATIONS POUR LE SERVICE DE RESERVATION

-> Au niveau régional :

Gestion des différents partenariats commerciaux

- CE Airbus (12 produits packagés commercialisés via Airbus),
- l'Agence Evazio : commercialisation de 2 produits le long du Canal des 2 mers,
- Via le Comité Régional du Tourisme d'Occitanie sur internet ainsi que des actions de conquêtes sur les marchés internationaux (presse et professionnels).

-> Au niveau national et international :

Partenariats conclus avec plusieurs Agences de Voyages et Tours Opérateurs spécialisés en locatif et offres de séjours :

29 prestations référencées auprès de

- Brittany Ferries : 12 structures,
- Belvilla : 7 structures,
- Expedia : 8 structures,
- Evazio : 2 structures.

Visibilité sur les marchés anglais, néerlandais, américains et belges.



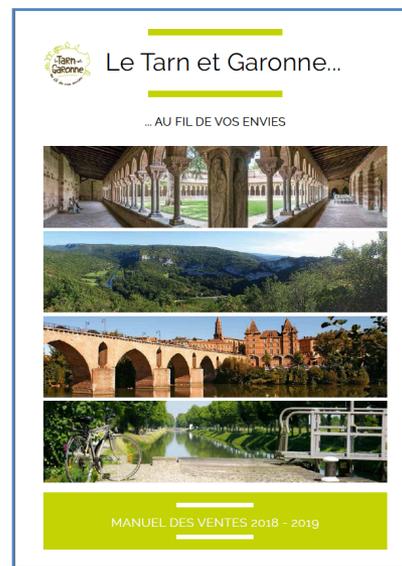
-> Service groupes/séminaires :

- Réalisation annuelle d'une **brochure groupe diffusée à plus de 600 prospects** et d'un **manuel des ventes groupes destiné aux professionnels du tourisme.**

Un service sur mesure pour la **clientèle groupe loisirs** mais aussi les **séminaires pour les entreprises.**

Des **séjours « clé en main »** adaptés à tous les budgets.

Promotion de la Destination sur des **Workshops professionnels (2 à 3 rendez-vous/an).**



Agence de Développement Touristique
TARN-ET-GARONNE