



**TARN-ET-GARONNE**

*Tourisme*

Sud-Ouest - Occitanie

## PLAN D'ACTIIONS 2024

---

**Orientations opérationnelles**

**Enjeux marketing**

**Enjeux d'ingénierie**





## PLAN D' ACTIONS 2024

1. Orientations opérationnelles issues  
du Schéma du Tourisme Durable ..... p 3
2. Enjeux marketing :  
Promotion-Communication ..... p 20
3. Enjeux Ingénierie :  
Offices de Tourisme / Oenotourisme / Club des Sites ..... p 34
4. Enjeux Ingénierie :  
APN Activités de Pleine Nature ..... p 39
5. RSE :  
Responsabilité Sociétale des Entreprises ..... p 41

# ORIENTATION DES ACTIONS 2024

A scenic view of a paved path along a canal. The path is lined with lush green trees and grass. A woman in a white shirt and black pants and a man in a blue shirt and dark pants are riding bicycles on the path. The canal is on the left, and the path leads into the distance. The sky is blue and clear.

## 1. Orientations opérationnelles issues du Schéma du Tourisme Durable

A close-up view of yellow flowers in the foreground, slightly out of focus. The flowers are bright yellow and have a trumpet-like shape. They are surrounded by green leaves and stems.

# OBJECTIFS STRATEGIQUES ET PLAN D' ACTIONS 2024

---







# CIBLES, BASSINS ET PAYS ÉMETTEURS DE CLIENTÈLES

La stratégie marketing structurée dans le cadre du Schéma Départemental du Tourisme Durable s'adressera aux attentes de

**3 cibles de clientèles majeures** tant en France qu'à l'étranger à savoir :

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

## 6 Bassins émetteurs de clientèles sur la France

- Bassin Sud-Ouest (Occitanie et résidents du Tarn-et-Garonne)
- Bassin Aquitain (Bordeaux Sud Gironde),
- Bassin Parisien (Paris Ile de France),
- Bassin Couloir Rhodanien (Auvergne-Rhône-Alpes)
- Bassin Sud-Est (PACA)
- Bassin Ouest (Nantes / Rennes).

## 5 Pays émetteurs de clientèles sur l'Europe

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

Cibles	Caractéristiques	Attentes	Intérêt pour le 82
 <p data-bbox="285 369 401 395"><b>Familles</b></p>	<ul data-bbox="479 238 838 417" style="list-style-type: none"> <li>• Familles en (court-)séjour : grandes Agglomérations à 2/3h, Ile-de-France...</li> <li>• Tous pouvoirs d'achat, y compris publics modestes</li> <li>• Eté et vacances scolaires</li> </ul>	<ul data-bbox="896 205 1375 449" style="list-style-type: none"> <li>◦ Un bon rapport qualité / prix, une offre accessible et adaptée au jeune public : offre de loisirs dont réseau des bases de loisirs, médiation adaptée dans les sites culturels et patrimoniaux</li> <li>◦ Une offre sécurisée et des services adaptés</li> </ul>	<p data-bbox="1433 548 1657 631"><b>VOLUME, FREQUENTATION TOUTE L'ANNEE</b></p> <p data-bbox="1433 668 1657 722"><b>CONSOMMATION LOCALE</b></p>
 <p data-bbox="274 642 421 701"><b>Urbains de proximité</b></p>	<ul data-bbox="479 515 838 722" style="list-style-type: none"> <li>• « Le jardin des toulousains » : proximité de l'Agglomération toulousaine (et Bordeaux dans une moindre mesure)</li> <li>• Couples, seniors... plutôt CSP+, WE toute l'année</li> </ul>	<ul data-bbox="896 500 1375 744" style="list-style-type: none"> <li>◦ Une bonne accessibilité depuis les principaux points d'accès (publics motorisés ou non)</li> <li>◦ Des produits expérientiels et de découverte du territoire (restauration locale, patrimoine, événementiel, APN et itinérances), une expérience « authentique »</li> </ul>	
 <p data-bbox="274 947 421 1006"><b>Tarn-et-Garonnais</b></p>	<ul data-bbox="479 838 838 1017" style="list-style-type: none"> <li>• 260 000 habitants en Tarn-et-Garonne, forte croissance démographique</li> <li>• Revenu fiscal médian inférieur à la moyenne nationale</li> </ul>	<ul data-bbox="896 799 1375 1050" style="list-style-type: none"> <li>◦ Un bon rapport/qualité de prix des offres et des services</li> <li>◦ Des offres culturelles, sportives et événementielles renouvelées</li> <li>◦ Des produits expérientiels et de découverte du territoire / sorties sur les weekends</li> <li>◦ L'accessibilité pour tous les publics</li> </ul>	

Cibles	Caractéristiques	Attentes	Intérêt pour le 82
 <b>Touristes de bien-être</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientèle de niche à forte valeur ajoutée, vectrice d'image : séjours « au vert » et expérientiels</li> <li>• Fort pouvoir d'achat, franciliens et urbains nationaux</li> <li>• Eté, ailes de saison (court-séjour)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Qualité de l'expérience de séjour tout au long du parcours-client : hébergement, restauration, activités</li> <li>○ Des produits expérientiels autour du segment bien-être : déconnexion, mieux-vivre, etc. dans un cadre naturel de qualité</li> </ul>	<p><b>PUBLICS DE NICHE MAIS LEVIERS D'IMAGE</b></p> <p><b>PRESCRIPTEURS DE LA DESTINATION</b></p>
 <b>Itinérants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Couples, seniors actifs, etc. avec fort pouvoir d'achat</li> <li>• Locaux (loisirs), nationaux (« camp de base » ou grands itinérants)</li> <li>• D'Avril à Octobre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Des routes aménagées et sécurisées avec services : location de vélo (dont VAE) et haltes, balisage / signalétique, restauration et hébergements adaptés...</li> <li>○ Couplé à la découverte de sites et offres emblématiques du territoire</li> </ul>	

Schéma départemental du tourisme durable du  
Tarn-et-Garonne 2023-2028  
Plan d'actions



- Juin 2023 -



# SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME

Sur les **17 fiches actions** du Schéma Départemental du Tourisme Durable, Tarn-et-Garonne Tourisme sera impliqué à différents niveaux dans la mise en œuvre de ces fiches :

**2** fiches en **pilotage direct**

**7** fiches **en copilotage** avec le Conseil Départemental

**8** fiches **en qualité de partenaire**

## RENFORCER L'ATTRACTIVITE ET LA VISIBILITE EN 2024 :

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme copilotera aux côtés du Conseil Départemental les actions menées dans le cadre des **fiches 1, 2 et 3** du Schéma Départemental du Tourisme Durable. La **fiche 4** sera pilotée directement par Tarn-et-Garonne Tourisme.

AXE  
A

1

**Structurer une marque touristique territoriale interne pour fédérer les acteurs départementaux**

- en  
2024
- **Création de la marque, de l'identité visuelle et ses déclinaisons**
  - **Structurer une ligne de produits chartés « Tarn-et-Garonne » ...**

2

**Développer les coopérations transdépartementales et régionales**

- **Contrat de Destination « Slow campagne »**
- **PACT G4 « Destination Sud-Ouest »**
- **Démarches collectives autour du déploiement des itinérances cyclables et pédestres**



# DÉVELOPPER DES COOPÉRATIONS

Dans le cadre de la stratégie liée aux développement des coopérations transdépartementales et régionales, Tarn-et-Garonne Tourisme poursuivra ses partenariats avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie et les CDT des départements voisins :

**PACT SUD-OUEST G4** : poursuite de la programmation de salons « Grand Public » et d'opérations sur le marché français à destination des blogueurs et de la presse en partenariat avec les CDT du Gers, du Tarn, de la Haute-Garonne.

**ACTIONS THEMATIQUES** : poursuite des actions régionales affinitaires structurées par le CRTL sur les thèmes de l'Oenotourisme, les Activités de Pleine Nature/Vélo et l'Agritourisme.

Nouveauté

AXE  
A

-> **CONTRAT DE TERRITOIRE « Destination Sud-Ouest »** : fruit d'un partenariat et d'un travail mené avec le CRTL Occitanie, les CDT du Gers, du Lot-et-Garonne, de Tarn-et-Garonne Tourisme, du CRTL Nouvelle Aquitaine et d'Atout France, ce nouveau dispositif permettra de promouvoir et conquérir de nouveaux prospects issus de pays émetteurs européens.  
Signature du contrat : le 13 décembre 2023 à Montauban  
Plan d'actions : mise en œuvre des premières actions structurantes dès 2024

en  
2024

3

Diffuser la culture touristique auprès des parties prenantes : élus, résidents, professionnels...

- **Poursuite de la brochure « Chiffres clés du tourisme »** avec intégration de nouvelles données et partage de ces éléments aux élus et partenaires

AXE  
A

4

Faire évoluer les outils d'observation et d'évaluation des politiques publiques

- **Réflexion sur l'intégration de nouveaux critères** sociaux, environnementaux, et autres indicateurs nécessaires à l'observatoire des résultats en T&G

- **Utilisation de nouveaux outils** (enquête régionale de clientèle, FTO France Tourisme Observation)

## QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme copilotera aux côtés du Conseil Départemental les actions menées dans le cadre des **fiches 5 et 10** du Schéma Départemental du Tourisme Durable. Tarn-et-Garonne Tourisme sera partenaire et contribuera à la mise en œuvre des **fiches 6, 7, 8 et 9**.

AXE  
B

5

**Incarner une filière touristique forte autour du terroir, des savoir-faire, et des bons produits**

en  
2024

- **Création et animation d'un réseau de partenaires fort** en lien avec les chambres consulaires, afin d'incarner une nouvelle dynamique en termes d'identification, de qualification et de reconnaissance des productions à l'échelle du département

10

**Mettre en cohérence le réseau des bases de loisirs du département et moderniser l'offre**

- **Mise en place du réseau des bases de loisirs du Tarn-et-Garonne** en collaboration avec les Offices de Tourisme (objectifs : stratégie de positionnement, montée en gamme de l'offre, qualification des prestations, optimisation de la communication...)

en  
2024AXE  
B

8

Mettre en place des outils de pilotage des filières  
APN et Itinérances

- **Création du Topoguide départemental** valorisant les itinéraires de randonnée afin de mettre en valeur, équilibrer et structurer les territoires

- **Porter des stratégies autour de la filière vélo** en vue d'un maillage territorial, autour de la **filière pédestre** (actualisation du PDIPR) et de la **filière équestre** (Route européenne d'Artagnan).

- **Réflexion sur la mise en place de la Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI)**, intégrant la dimension « environnement »

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme copilotera aux côtés du Conseil Départemental les actions menées dans le cadre des **fiches 12 et 14** du Schéma Départemental du Tourisme Durable. Tarn-et-Garonne Tourisme sera partenaire et contribuera à la mise en œuvre des **fiches 11 et 13**.

AXE  
C

11

**Collaboration à la rédaction de la SIL  
(signalétique touristique départementale)**

12

**Travailler en lien avec les territoires et les  
socioprofessionnels sur des projets collectifs  
autour des mobilités alternatives**

13

**Accompagner les territoires et les gestionnaires  
de sites dans la préservation  
des Espaces Naturels Sensibles**

en  
2024

- **Valorisation d'une page « mobilités durables » sur le site de Tarn-et-Garonne Tourisme afin d'optimiser la communication sur toutes les prestations proposées** (réseau de bus, trains, covoiturage, navettes-aéroport, bornes vélo, transport de bagages...)

- **Contribution à la communication de l'ouverture au public des ENS** (diffusion d'informations + agenda d'évènements sur les supports digitaux de Tarn-et-Garonne Tourisme, en collaboration avec les Offices de Tourisme (16 ENS sur le 82 dont 7 en maîtrise d'ouvrage directe)

AXE  
C

14

Favoriser l'accessibilité des offres auprès de tous  
les publicsen  
2024

- **Réflexion sur la mise en place des dispositifs à destination des familles du territoire** (coopération entre les acteurs du tourisme, du social et de l'insertion), **et favoriser l'accessibilité des offres de loisirs et des sites**

- **Poursuivre le développement de la marque « Tarn-et-Garonne En Famille »**

- **Favoriser l'accessibilité des offres en sensibilisant les professionnels et les collectivités, intensifier le déploiement de la marque d'Etat « Tourisme & Handicap ».**

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme pilotera les actions menées dans le cadre de la **fiche 17** du Schéma Départemental du Tourisme Durable. Tarn-et-Garonne Tourisme sera partenaire et contribuera à la mise en œuvre des **fiches 15 et 16**.

en  
2024

AXE  
D

17

**Renforcer la collaboration avec  
les Offices de Tourisme**

- **Poursuivre les réflexions autour de la mutualisation des moyens et ressources avec les Offices de Tourisme** (base de données, outils numériques, stratégie marketing, organisation d'évènements, qualification des offres...).

- **Animation du Club des Directeurs** (réflexion et travail en commun sur des problématiques propres au réseau, partage d'expériences, organisation d'ateliers sur des besoins particuliers non traités dans les plans de formation traditionnels).



# LES RENDEZ-VOUS DU TOURISME EN 2024

## REUNION AVEC LES OFFICES DE TOURISME + CLUB DES DIRECTEURS

Date : **22 janvier 2024** de 9h à 17h.

Ordre du jour : actions partenariales du 1er semestre + divers sujets ingénierie et marketing le matin et séance de travail du Club des Directeurs l'après-midi.

## SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

Date : **24 février au 3 mars 2024 à Paris**

Présence et structuration du stand « Tarn-et-Garonne » de 80m<sup>2</sup>.

## BOURSE D'ÉCHANGES DEPARTEMENTALE DE DOCUMENTATION TOURISTIQUE

Date : **28 mars 2024 à Beaumont-de-Lomagne**

Cette bourse d'échanges de documentation sera ouverte aux Offices de Tourisme, aux membres du Club des Sites et à tous les partenaires du tourisme.

## EDUCTOUR CLUB DES SITES 81 et 82

Date : **Printemps 2024**

Organisation d'un éductour en partenariat avec le CDT81 afin de permettre au réseau inter-départemental de mieux se connaître et favoriser les renvois d'un site vers un autre.

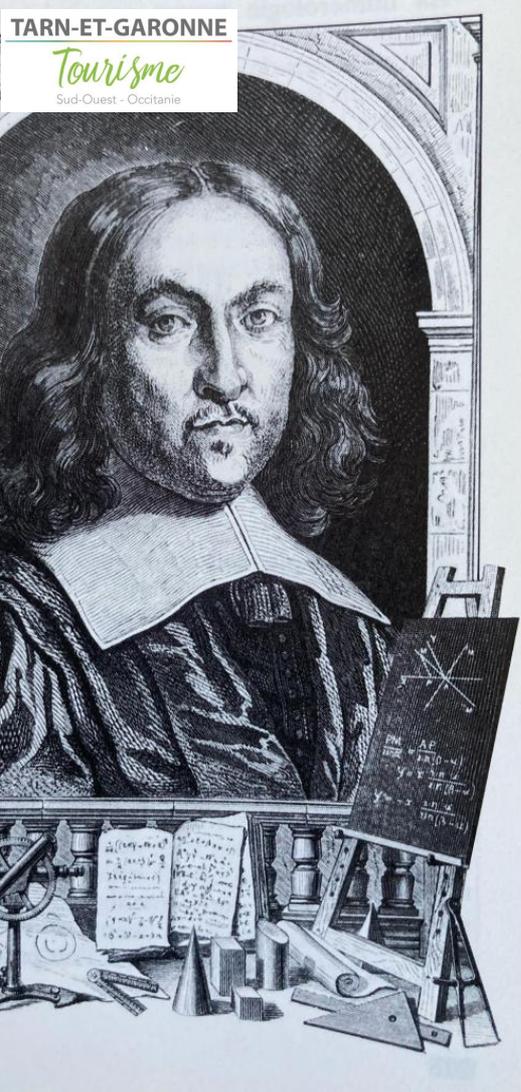
## JO 2024

dans le cadre de **Terres de Jeux** : actions à confirmer.

## 5<sup>èmes</sup> RENCONTRES DU TOURISME EN TARN-ET-GARONNE

(date à confirmer – **mardi 15 octobre 2024**)

Journée d'échanges et de réflexion sur la prospective, l'ingénierie et la communication.



# PLAN DE COMMUNICATION SPÉCIFIQUE

Comme nous l'avons fait pour l'ouverture du site de la Pente d'Eau de Montech en 2021, la réouverture de l'Abbaye de Beaulieu en 2022, Tarn-et-Garonne Tourisme accompagnera la **réouverture du Musée Fermat (6 juillet 2024)**, en structurant un plan de promotion - communication dédié :

- Valorisation sur le site de destination [tourisme-tarnetgaronne.fr](https://tourisme-tarnetgaronne.fr)
- Valorisation sur les réseaux sociaux de Tarn-et-Garonne Tourisme
- Valorisation dans les campagnes emarketing de fidélisation
- Suppressions dans les éditions 2024 (Grand public et Presse)
- Valorisation notamment dans les suppléments publiés dans la Presse Quotidienne Régionale (insertion dédiée désormais en quadri) :
  - « Week-end » (début avril 2024)
  - « Echappées Belles en Tarn-et-Garonne » (mi juin 2024)  
(diffusion dans les 10 éditions de la Dépêche du Midi (8 départements ex. Midi-Pyrénées + Aude + Lot-et-Garonne soit 1 000 000 de lecteurs).

# ORIENTATION DES ACTIONS 2024

## 2. Enjeux marketing : Promotion-Communication



**SITE INTERNET** : création de **nouveaux contenus attractifs** sur le site de Destination (portraits, textes thématiques, reportages photos et vidéos...) afin de répondre aux attentes des internautes.

**Restructuration globale de l'Accès Pro** (infos dédiées aux professionnels) sera engagée au 1<sup>er</sup> trimestre 2024 afin de mieux répondre aux attentes des prestataires touristiques, des Offices de Tourisme et des porteurs de projets dans leur quête d'informations.

**Nouveauté**

-> **MOBILITÉS** : valorisation des réseaux de mobilité (trains, bus, partage de véhicule individuel...) via la création de contenus incitatifs (expériences découvertes à la journée à travers les territoires desservis, agrégation d'informations pratiques dans certaines fiches Apidae...).

*(Action en lien avec la Fiche 12 du Schéma)*

**APITOUR** : Phase 2 du développement d'Apitour, outil permettant aux Offices de Tourisme de conseiller leurs visiteurs, leur envoyer des informations via des mails personnalisés et d'extraire des statistiques.

### Nouveautés

- **LANCEMENT DE L'APPLICATION « My Apitour » (1<sup>er</sup> trimestre 2024)** : cet outil permet de garder le contact avec les touristes conseillés et de leur proposer un « Roadbook » en ligne utilisable durant leur séjour.
- **ENVOI DE SMS** : afin de répondre aux besoins des clientèles, les Offices de Tourisme pourront réaliser des envois par SMS d'offres touristiques personnalisées (en plus du mail).
- **STATISTIQUES : EVOLUTION DU TABLEAU DE BORD**  
Afin de permettre une meilleure exploitation des données collectées (chiffres du mois, offres les plus conseillées, meilleur export des données, qualité de la donnée), une nouvelle version de ce tableau de bord sera accessible aux OT dans le courant du 1<sup>er</sup> semestre 2024.  
(Action en lien avec la Fiche 4 du Schéma)

**NEWSLETTER** : poursuite de la stratégie de conquête et de fidélisation avec la programmation à l'année de **43 newsletters** à destination du « Grand Public » comme des « Professionnels » :

- > **e-marketing de fidélisation** : 12 news
- > **e-marketing de conquête** : 4 news (GRC avec CRTL Occitanie)
- > **Newsletters Agenda** : 12 news (avec Tarn-et-Garonne Art et Culture)
- > **Newsletters Pro** : 12 news
- > **Newsletters Groupes** : 3 news

Nouveauté

-> **CAMPAGNE EMARKETING DE CONQUETE** : création d'une campagne de notoriété sur la base d'un fichier multi-opérateurs sur des bassins de clientèle précis, avec des typologies de personas et cibles affinitaires (opération mutualisée avec les Offices de Tourisme).

# STRATEGIE BtoC\* DE TARN-ET-GARONNE TOURISME

---

\* Business to consumer  
(Outils et actions permettant de mettre en relation  
les professionnels et les clients)



Notre stratégie s'appuie sur 3 types d'actions incontournables :

**1) SALONS EN FRANCE ET A L'ETRANGER** : programmation spécifique à l'ADT82, ou en mutualisation avec les Offices de Tourisme et en partenariat avec le CRTL Occitanie.

**2) COLLECTION D'EDITIONS TOURISTIQUES** : poursuite de l'évolution des supports de promotion « print » dans le cadre de la nouvelle marque « Tarn-et-Garonne » : adaptation des supports à la nouvelle charte graphique et travail en concertation avec les OT pour une adaptation de cette déclinaison graphique pour les éditions des territoires.

**3) CAMPAGNES DE COMMUNICATION MIX-MEDIAS** : promouvoir la nouvelle marque « Tarn-et-Garonne » dans le cadre d'une stratégie multi-réseaux (phasage d'opérations croisées sur tous types de supports (web, print, TV, campagnes marketing etc...).

*(Les actions 2 et 3 sont en lien avec la Fiche 1 du Schéma)*

**Nouveauté**

-> **NOUVEL OUTIL** : « **POSTER CARTE TOURISTIQUE** »

Afin de répondre aux besoins des Offices de Tourisme et des professionnels, une carte touristique illustrée grand format sera imprimée et offerte à tous les partenaires afin de leur permettre de mieux présenter la Destination Tarn-et-Garonne.

AXE  
A



# STRATÉGIE BtoC : SALONS "MARCHÉ FRANCE"

## > BASSIN OUEST :

### Salon International du Tourisme de Rennes

**Dates: 9, 10 et 11 février 2024**

Partenariat : CDT31, CDT81 et ADT82. Mémo fréquentation 2023 : 17 486 visiteurs.

## > BASSIN PARISIEN :

### Salon International de l'Agriculture à Paris

**Dates: 24 février au 3 mars 2024**

Structuration et animation du stand Tarn-et-Garonne de 80m<sup>2</sup> à la demande du Département. Présence de producteurs (ouverture des candidatures depuis les sites web du Département et de Tarn-et-Garonne Tourisme + réseaux sociaux)

### Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris

**Dates: 20, 21, 22 septembre 2024**

Partenariat : ADT82, CDT32 et ADRT47. Sous la présidence du Gers.

*(Actions en lien avec la Fiche 2 du Schéma)*

**Nouveauté**

-> BASSIN RHODANIEN / Thématique APN :

**Salon du Randonneur à Lyon - Dates : 22, 23, 24 mars 2024**

Partenariat : CDT31, CDT32, CDT81 et ADT82

Mémo fréquentation 2023 : 14 092 visiteurs.

AXE  
A



# STRATÉGIE BtoC : SALONS “BASSINS DE PROXIMITÉ”

## > BASSIN TOULOUSAIN

### 2<sup>ème</sup> Salon Occ'Ygène à Toulouse

**Dates : 1, 2 et 3 mars 2024**

En collaboration avec les Offices de Tourisme du Tarn-et-Garonne.

Mémo fréquentation 2023 : plus de 10 000 visiteurs.

AXE  
A

Nouveauté

### -> BASSIN AQUITAIN :

Création d'un micro-marché au cœur de Bordeaux en collaboration avec les Offices de Tourisme et les CDT impliqués dans le Pact G4 (en remplacement de Bordeaux fête le vin/Fleuve) - Dates : à définir sur mai/juin 2024  
(Action en lien avec la Fiche 2 du Schéma)

## > EVENEMENTS SUR LA PROXIMITÉ (liste non-exhaustive)

**Fête de la Musique au Département** (21 juin 2024)

**Fête du Goût et des Saveurs** à Montauban (28 juillet 2024)

**Fête des Vendanges** à Albias (1<sup>er</sup> septembre 2024)

**Bienvenue à la Campagne** (20, 21, 22 septembre 2024)




**B-TRAVEL**  
EL SALÓN DEL TURISMO

15 - 17 MARZO 2024  
RECINTO MONTJUÏC

# STRATÉGIE BTOC : SALONS A L'ÉTRANGER

Nouveauté

-> ESPAGNE / Catalogne :

**Salon B Travel à Barcelone**

Dates : 15, 16, 17 mars 2024

B-Travel, le plus grand salon professionnel en Espagne où se retrouvent les principales agences de voyages, hôtels, croisiéristes, entreprises de transport et entreprises de services touristiques.

Partenariat : CDT31, CDT32, CDT81 et ADT82

Mémo fréquentation 2023 : 25 480 visiteurs.

AXE  
A





Nouveauté

-> **WORKSHOP IMM PARIS :**

Dates : 13 mars 2024

1<sup>ère</sup> participation à l'International Media Marketplace (IMM) de TravMedia, l'évènement de référence qui met en relation les professionnels et communicants du secteur du voyage avec les journalistes et les influenceurs. En mutualisation avec le CDT du Tarn.

AXE  
A

> **WORKSHOP GRANDE-BRETAGNE**

**Workshop IMM à Londres :**

Dates : 19 et 20 février 2024

En mutualisation avec le CDT du Tarn.

> **AUTRES PAYS CIBLÉS :**

Dans le cadre du futur **Contrat de Destination avec le Gers et le Lot-et-Garonne**, un plan d'actions complémentaires permettra de cibler les pays émetteurs de clientèles propres aux trois départements et notamment la Grande-Bretagne, l'Espagne, la Belgique...).

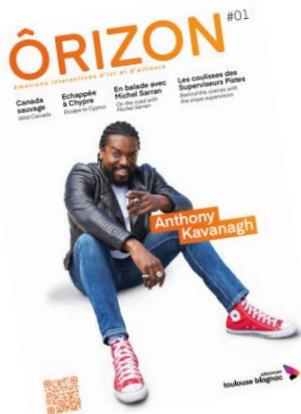
Ce plan d'actions bénéficiera d'une mutualisation financière avec les CRT d'Occitanie et de Nouvelle Aquitaine et Atout France.

*(Actions en lien avec la Fiche 2 du Schéma)*



Temps fort TV

Nouveautés



# ACTIONS DE COMMUNICATION

## > LA CARTE AUX TRÉSORS :

Au cours de l'été 2024, diffusion sur France 3 de l'émission tournée les 13, 14 et 15 septembre 2023 avant une reprise du programme sur TV5 Monde et en replay sur la plateforme de France TV.

AXE  
A

## > MARQUE DE DESTINATION TARN-ET-GARONNE :

Dans le cadre de la valorisation de la nouvelle marque identitaire de Destination, une première phase de communication sera structurée en 2024 (sous réserve de la sortie de la marque avant fin avril) sur plusieurs supports et notamment :

->> **Campagne d'affichage à l'Aéroport de Toulouse Blagnac**

->> **Insertion + rédactionnel dans « Ôrizon » le magazine de l'aéroport (40 000 exemplaires)**

->> **Campagne emarketing de conquête géolocalisée** sur des sites à fortes audiences

->> **Réalisation de contenus vidéos** en adéquation avec la marque (partenariat avec les blogueurs Lez Broz) + diffusion sur les réseaux sociaux.

Si la marque identitaire n'est pas prête d'ici fin avril 2024, nous réaliserons une campagne TV afin de poursuivre le travail sur la notoriété de la Destination (en remplacement de la campagne d'affichage à l'Aéroport et de l'insertion dans « Ôrizon »).  
(Actions en lien avec la Fiche 1 du Schéma)

# STRATEGIE BtoB\* DE TARN-ET-GARONNE TOURISME

---

\* Business to business  
(Outils et actions permettant de mettre en relation  
les professionnels avec d'autres professionnels)





# STRATÉGIE BtoB : LES INCONTOURNABLES

## STRATÉGIE A DESTINATION DES CLIENTELES GROUPES

### -> Clientèles en Occitanie (70% env.)

Poursuite des actions de promotion à direction des voyagistes et associations pour des **propositions d'excursions et séjours Seniors** notamment.

Sensibilisation des entreprises de la région sur les potentialités d'accueils pour des **séminaires d'entreprises en Tarn-et-Garonne** (constitution d'un fichier thématique).

### -> Clientèles hors Occitanie

Poursuite des actions de séduction à destination des **Agences de voyages** ainsi que l'accueil de **clientèles affinitaires** et notamment les « Clubs Autos » (nouvelle production de séjours).

## EDITIONS THEMATIQUES

### Collection de 3 brochures spécifiques avec diffusion ciblée :

Catalogue Groupes, Brochure Clubs Autos et Manuel de Ventes 2024-2025.

## PROMOTION DIGITALE

**Internet** : Optimisation de l'accès aux informations dédiées aux groupes sur notre site internet : présentation de nouvelles propositions groupes.



# STRATÉGIE BtoB : LES GRANDS RENDEZ-VOUS

## WORKSHOPS ET OPERATIONS DE SEDUCTION POUR LES GROUPES

### Rendez-vous en France à Toulouse

Dates : 22, 23, 24 mars 2024 (éductours) + 26 et 27 mars (workshop)

Organisés par Atout France en partenariat avec le CRTL Occitanie.

Programmation de 2 éductours inter-départementaux en partenariat avec le Lot et le Gers en amont du workshop. **800 prescripteurs internationaux attendus.**

### IFTM TOP RESA à Paris

Date : début octobre 2024 (sur le stand ADN Tourisme Groupes)

### Salon Epoqu'Auto à Lyon

Date : 8, 9, 10 novembre 2024

### Workshop Destination Groupes ADN Tourisme Occitanie (lieu à définir)

Date : novembre 2024

Nouveauté

### -> SALON DES VACANCES LÉONARD À LIÈGES

Dates : 13 et 14 janvier 2024

Les voyages Léonard, voyageur incontournable en Belgique depuis 75 ans, programme depuis 2023 le Tarn-et-Garonne dans ses catalogues. Ce salon sera l'occasion de promouvoir nos offres auprès des clientèles belges.

# ORIENTATION DES ACTIONS 2024



3. Enjeux Ingénierie :  
Offices de Tourisme / Oenotourisme /  
Club des Sites



## Nouveautés

-> ACTIONS EN LIEN AVEC LA FICHE  
ACTIONS 17 DU SCHEMA DEPARTEMENTAL  
DU TOURISME DURABLE

AXE  
D

### DÉMARCHE QUALITÉ

Suivi qualité de **4 Offices de Tourisme marqués** (Grand Montauban, Moissac Terres des Confluences, Deux Rives et Saint-Antonin-Noble-Val).

### CLUB DES DIRECTEURS / ATELIERS

Afin de répondre aux attentes des Offices de Tourisme, des ateliers en « mode projet » viendront structurer la programmation de ces rendez-vous en 2024. Les thématiques en lien avec la **RSE**, l'appréhension des **Données obs-éco** et la **Stratégie des éditions touristiques** feront partie des premiers thèmes abordés.

Périodicité : 1 rendez-vous par trimestre.

### BOURSE D'ÉCHANGE 2024

Organisation d'une journée d'échanges avec les Offices de Tourisme et professionnels du Tourisme **le 28 mars 2024 à Beaumont-de-Lomagne**.

Au programme : intervention sur les actus du moment, éductour « visite du chantier de la Maison Fermat », et bourse d'échange.



 Nouveauté

**-> COOPÉRATION OENOTOURISTIQUE**

Structuration d'un projet de nouvelle coopération sur le thème de l'oenotourisme avec les GALs concernés (à l'étude / dans l'attente de précisions sur le financement du dispositif).

*(Action en lien avec la Fiche 2 du Schéma)*

**FORMATION**

Mise en place de nouvelles formations structurantes sur la base du recensement des besoins initié fin 2023 lors de l'accompagnement personnalisé des professionnels. Exemple de formations : Booster ses ventes, Formation anglais, Accueil au caveau....

**EDITIONS**

Réédition du guide sur l'oenotourisme et les 6 appellations du Tarn-et-Garonne « Secrets du Sud-Ouest » ainsi que du livret jeux pour les enfants.

**VIGNOBLES & DÉCOUVERTES**

Suivi des Cotech et Copil des deux destinations labellisées « Fronton et Coteaux du Quercy », organisation d'éductours...

*(Actions en lien avec la Fiche 2 du Schéma)*



## Nouveauté

### -> ELARGISSEMENT DE LA DESTINATION « VIGNOLE DU QUERCY » :

Lancement de l'accompagnement par l'ADEFPAT pour la mise en place de l'élargissement de la destination Vignoble du Quercy aux deux autres appellations : AOC Saint Sardos et Brulhois.  
*(Action en lien avec la Fiche 2 du Schéma)*

### 2<sup>ÈME</sup> ÉDITION DE L'OPÉRATION DE PROMOTION RESTAURATEURS ET VIGNERONS

Suite à la première édition du dispositif lancé par la Fédération des Vins du Tarn-et-Garonne en collaboration avec Tarn-et-Garonne Tourisme et les restaurateurs tarn-et-garonnais, organisation d'une nouvelle opération sur la période du 1<sup>er</sup> juin au 30 septembre 2024, en partenariat avec les vignerons des 6 appellations.

### SENTIERS D'INTERPRÉTATION

Inciter les domaines à créer des sentiers d'interprétation au cœur de leur exploitation afin de structurer et qualifier davantage leur accueil. A ce jour, des sentiers d'interprétation sont présents sur les domaines de Boujac, Belaygues et Plaisance (Vignoble du Fronton).



## Nouveauté

-> **ETUDE SUR LA CREATION DE NOUVEAUX PRESENTOIRS** : Dans le cadre de la montée en gamme du Club des Sites, un modèle de présentoir sera étudié afin de remplacer les supports en carton réalisés lors du rapprochement des clubs du 81 et du 82.

AXE  
A

**NOUVEAUX MEMBRES** : 2 nouveaux sites rejoindront le Club des Sites 82 (Le Musée Fermat et le Musée Marcel Lenoir). En 2024, le Club des Sites 81-82 sera composé de **64 sites** soit **35 sur le Tarn-et-Garonne** et de 29 sur le Tarn.

*(Action en lien avec la Fiche 2 du Schéma)*

**ÉDITION 2024** : Réédition du flyer générique en partenariat avec le Club des Sites du Tarn (impression de 80 000 exemplaires). Diffusion des flyers à l'occasion de la bourse d'échange annuelle.

**ÉDUCTEUR DES MEMBRES DES CLUBS DES SITES 81 ET 82** : Dans la perspective de favoriser le renvoi des clientèles d'un site vers un autre, et permettre au réseau des clubs des sites de mieux se connaître, un éducteur ludique sera proposé au printemps.

**VALORISATION DES FILMS** : Structuration d'un nouveau plan de promotion des différents films réalisés pour chaque site, suppression sur le site de Destination et via des opérations digitales.

# ORIENTATION DES ACTIONS 2024



## 4. Enjeux Ingénierie : APN Activités de Pleine Nature



## Nouveautés

-> ACTIONS EN LIEN AVEC LES FICHES  
ACTIONS 2 ET 8 DU SCHEMA  
DEPARTEMENTAL DU TOURISME  
DURABLE

AXE  
B

AXE  
A

Dans le cadre de la structuration et de l'animation de la filière APN, une réflexion sur la mise en place d'une **Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI)** sera lancée afin de travailler sur une stratégie de déploiement des sports nature en Tarn-et-Garonne.

**La filière vélo et la filière randonnée pédestre restent les axes prioritaires**, tout en incluant la randonnée équestre et les "autres pratiques sportives territoriales et innovantes". Une stratégie autour de la randonnée pédestre va donc être prioritairement menée.

Dans ce cadre, **3 actions phares** :

>> **Réflexion sur la nouvelle Stratégie Départementale Randonnée pédestre**  
(réactualisation du PDIPR)

>> **Conception du topoguide "le Tarn et Garonne à pied"** avec le CDRP: sélection, contrôle des PR, écriture du "pas à pas", illustrations, iconographie, bibliographie, informations pratiques...

>> **Projet de réédition du topoguide "De Conques à Toulouse"**

# ORIENTATION DES ACTIONS 2024

A scenic landscape featuring a pond in the middle ground, surrounded by lush green trees and a field of yellow flowers in the foreground. The sky is bright blue with scattered white clouds. The overall scene is peaceful and natural.

## 5. RSE :

**Responsabilité Sociétale des Entreprises**



**TARN-ET-GARONNE**

*Tourisme*

Sud-Ouest - Occitanie

**TARN-ET-GARONNE TOURISME**

**CS 90534 – 82005 Montauban cedex**

**Tél : 05 63 21 79 65**

**[www.tourisme-tarnetgaronne.fr](http://www.tourisme-tarnetgaronne.fr)**