# Rapport d'activité



Tarn & Garonne Tourisme

tourisme-tarnetgaronne.fr

# sommaire



**3** 04

Missions de Tarn-et-Garonne Tourisme

**1** 06

Positionnement stratégique de la Destination Tarn-et-Garonne

**—** 07

### **PÔLE MARKETING**

Promouvoir et développer la notoriété de la Destination Tarn-et-Garonne en France et à l'étranger



### **PÔLE COMMERCIAL**

Mettre en production et favoriser la commercialisation d'un potentiel touristique de qualité

**1**8

### **PÔLE DÉVELOPPEMENT**

Développer et qualifier l'offre touristique

**1**9

### PÔLE DÉVELOPPEMENT

Activités de pleine nature et itinérances douces

**2**2

### PÔLE DÉVELOPPEMENT

Qualification de l'offre touristique



# édito

En tant que Présidente de Tarn-et-Garonne Tourisme, j'ai le plaisir de vous présenter le bilan d'une année 2024 marquée par l'engagement sans faille de nos équipes. Femmes et hommes passionnés, mobilisés au quotidien pour faire rayonner notre territoire : leur dynamisme et leur implication méritent ici toute notre reconnaissance.

Malgré une conjoncture mouvementée – inflation persistante, Jeux Olympiques, instabilités météorologiques et élections législatives, la fréquentation du Tarn-et-Garonne est restée stable, dépassant les 5,9 millions de nuitées touristiques marchandes et non marchandes. Quant aux retombées économiques multi-sectorielles du tourisme sur le département, elles dépassent les 306 millions d'euros. Tarn-et-Garonne Tourisme a poursuivi ses missions d'aides aux porteurs de projets, de qualification de l'offre, de digitalisation des prestations et de promotion de la Destination.

Fidèles aux axes du Schéma Départemental du Tourisme Durable adopté en 2023, nous avons renforcé nos actions autour de trois piliers : - Structurer et connecter l'offre touristique à l'échelle départementale,

- Répondre aux attentes des clientèles et des habitants en valorisant le rôle d'ambassadeurs du territoire,
- Accroître l'attractivité de la destination, tout en veillant à favoriser un tourisme plus durable.

Ces actions phares sont le fruit d'une co-construction avec les professionnels du tourisme, les 10 Offices de Tourisme territoriaux, les filières, les chambres consulaires et les services du Département.

L'année 2024 a été marquée par :

- « La Carte aux Trésors » spéciale Tarn-et-Garonne, diffusée en août sur France 3, a captivé près de 1,85 million de téléspectateurs,
- Le lancement de la future marque de Destination, en co-création avec l'agence Wild & Slow,
- le lancement du projet du 1er Topo Guide départemental de randonnée pédestre ainsi qu'une application digitale valorisant toutes les activités de pleine nature,
- le projet d'élargissement de la Destination Oenotouristique Vignobles & Découvertes avec l'ADEFPAT et les professionnels concernés.

- Un plan de communication ciblé pour soutenir l'ouverture du nouveau Musée Fermat, comme déjà fait pour la réouverture de l'Abbaye de Beaulieu et la Pente d'eau.

- enfin, la création de séjours packagés 100 % Tarn-et-Garonne en formule « Prêt à offrir »

Avec ces initiatives structurantes et une marque de destination en devenir, nous renforçons notre positionnement : celui d'un territoire accueillant, authentique, engagé dans une dynamique durable. Nous avons entre les mains tous les atouts pour séduire les visiteurs en quête de sens, d'émotions vraies et de découvertes.

Ensemble, continuons à faire rayonner le Tarn-et-Garonne!



Anne IUS,

Présidente de Tarn-et-Garonne Tourisme

### Missions de Tarn-et-Garonne Tourisme

L'Agence de Développement Touristique « Tarn-et-Garonne Tourisme » est la structure départementale incontournable qui 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 touristique du Département, sur la base du Schéma Départemental du Tourisme Durable élaboré par le Conseil Départemental. Ce nouveau schéma couvre la période 2023-2028.

Tarn-et-Garonne Tourisme est une association loi 1901 gérée par un conseil d'administration représentatif des institutionnels et professionnels du tourisme du département. Elle est constituée d'une équipe de 14 personnes, structurée en 4 Pôles de compétences : Développement, Marketing, Commercial et Ressources.

Tarn-et-Garonne Tourisme est composé de techniciennes et techniciens experts qui structurent un plan d'actions annuel qui s'articule autour de **4 objectifs stratégiques** :

- **Structurer** un maillage touristique fort pour renforcer l'attractivité de la Destination Tarn-et-Garonne en développant ou en renforçant des outils de production, de promotion et de commercialisation.
- **Favoriser** la concertation pour faire émerger de nouveaux partenariats et projets touristiques autour de sujets fédérateurs pouvant impacter le Tourisme tant au niveau départemental, inter-départemental, régional que national.
- **Optimiser** l'accompagnement des professionnels du Tourisme et des territoires par la structuration et l'adaptation de l'offre pour faire face aux enjeux de la digitalisation sans oublier la sensibilisation et la formation des socio-professionnels sur divers thèmes afin de mieux répondre aux attentes de toutes les clientèles.
- **Développer** une ambition économique nouvelle pour la Destination Tarn-et-Garonne via l'annualisation de la fréquentation touristique, le développement de la durée des séjours et le nombre de nuitées sur la Destination Tarn-et-Garonne (action en lien avec l'évaluation menée par l'Observatoire Economique de l'ADT).





### ACTIONS MUTUALISÉES avec les SERVICES du CONSEIL DÉPARTEMENTAL

Tarn-et-Garonne-Tourisme œuvre aux côtés des services du Conseil Départemental dans le cadre d'actions en lien avec l'ingénierie et la promotion des atouts de la Destination avec notamment des :

- Partenariat avec la Direction solidarité et attractivité territoriales.
- ▶ Partenariat avec la Direction de la Communication.
- Partenariat avec la Direction de l'Agriculture et de l'Environnement.
- Partenariat avec la Direction de l'aménagement et de la voierie.
- ▶ Partenariat avec l'Animation Sportive et Jeunesse.
- ▶ Partenariat avec Tarn-et-Garonne Arts et Culture.
- Partenariat avec le CAUE.

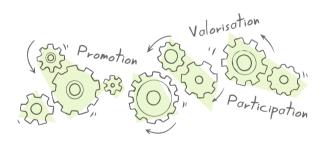
Parmi les opérations engagées on retrouve notamment les actions de séduction auprès des internes en médecine ; la participation au Concours des Villes et Villages fleuris ; la promotion des Espaces Naturels Sensibles, la participation à des évènements portés par le Département ; la diffusion du magazine « Sortir en Tarn-et-Garonne » et la promotion d'évènements culturels, participation à Bienvenue à la Campagne...

### ACTIONS MUTUALISÉES à L'INTER-DÉPARTEMENTAL et au NIVEAU RÉGIONAL

### ACTIONS MUTUALISÉES avec les PARTENAIRES et FILIÈRES DÉPARTEMENTALES

En sa qualité de chef de file du tourisme départemental, Tarn-et-Garonne Tourisme œuvre aux côtés de plusieurs structures institutionnelles syndicales et associatives afin de mener à bien un plan d'actions annuel valorisant toutes les thématiques en lien avec le tourisme et à destination des prospects tarn-et-garonnais comme des autres clientèles touristiques.

- Chambre de Commerce et d'Industrie Montauban et Tarn-et-Garonne
- L'UMIH de Tarn-et-Garonne.
- Logis du Tarn-et-Garonne.
- La Brigade du Goût.
- Fédération des Vins du Tarn-et-Garonne.
- Syndicat du Chasselas de Moissac AOP.
- Fédération de Pêche du Tarn-et-Garonne.
- Comité Départemental de Randonnée Pédestre.
- Comité Départemental de Cyclotourisme.
- Comité Départemental de Canoë-Kayak.
- La Chambre d'Agriculture, ses ressortissants et le réseau Bienvenue à la Ferme...



- Tarn-et-Garonne Tourisme œuvre pour le Département aux côtés des Offices de Tourisme « Grands Sites » afin de valoriser les 4 Grands Sites d'Occitanie labellisés en Tarn-et-Garonne
- ▶ Participation active aux plans d'actions co-construits et cofinancés avec le CRTL via le PACT « Destination Sud-Ouest » (collaboration entre les CDT32, CDT31, CDT81 et ADT82).
- Participation active au plan d'actions élaboré dans le cadre du Contrat de Destination « Sud-Ouest Authentique » en partenariat avec Atout France, les CRTL Occitanie Nouvelle Aquitaine et les CDT32, CD47 et l'ADT82.
- Contribution aux actions et thèmes valorisés par le CRTL (Œnotourisme, APN, Occitanie Rail Tour...).
- Participation aux séminaires J13 et Top14 avec les 13 ADT/CDT et le CRTL Occitanie.
- Participation aux rencontres régionales organisées par le CRTL (Convergences Touristiques...) et la Région (Réunion Grands Sites...).

Positionnement stratégique de la Destination Tarn-et-Garonne

Depuis plusieurs années, Tarn-et-Garonne Tourisme travaille l'affirmation d'un positionnement de destination afin de répondre aux attentes des professionnels en matière de présentation du Tarn-et-Garonne, de ses atouts, de ses attraits et les notions attachées au territoire.

Cette réflexion s'est structurée autour de plusieurs échanges avec des professionnels des médias, blogueurs, influenceurs, agences de communication et Offices de Tourisme territoriaux. Selon une étude menée par l'ex DATAR (aujourd'hui CGET), la notion de « campagne française » est associée à plusieurs ressentis:



- 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.

Ainsi, 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.

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 (la Vélo Voie Verte, les Véloroutes, le Canal des 2 mers et le fluvial, les randonnées, Pôle Natura 2000...), des activités ludiques (bases de loisirs, sports aquatiques, de plein air...) et des 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, villes et pays d'Art et d'Histoire, les Grands Sites d'Occitanie, site inscrit au Patrimoine Mondial par l'UNESCO etc...

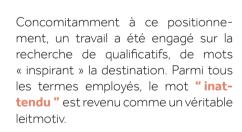




un **Tourisme du Goût** (autour de produits agricoles d'excellence / notion de Verger du Sud-Ouest et une gastronomie reconnue)

un **Tourisme du Vin** autour de nos 6 appellations (dont les AOP Fronton et Coteaux du Quercy sont labellisées Vignobles & Découvertes).

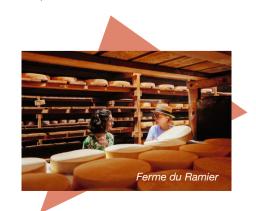




C'est ainsi que fut imaginé le slogan :

### Tarn-et-Garonne, attendez-vous à l'inattendu!

C'est dans ce contexte, que la stratégie touristique du Tarn-et-Garonne puise son potentiel et ses différents attraits.

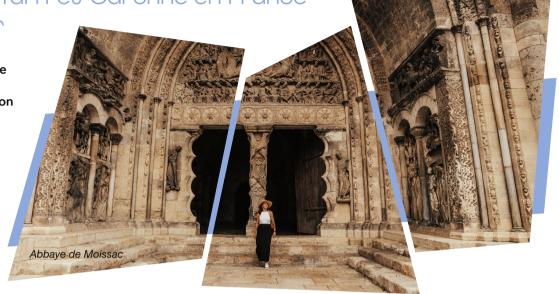


### Pôle Marketing

Promouvoir et développer la notoriété de la Destination Tarn-et-Garonne en France et à l'étranger

La mission principale du Pôle Marketing est d'accroître l'attractivité de la Destination Tarn-et-Garonne tant en France qu'à l'étranger.

Les actions structurées couvrent la promotion online et offline auprès d'une large clientèle française et internationale, du grand public aux voyagistes en passant par les journalistes et les bloqueurs-influenceurs.



Marketing en ligne ou traditionnel, les outils du pôle associent ces deux canaux, car ils se révèlent parfaitement complémentaires. La promotion online via les newsletters, les sites web et les réseaux sociaux sont largement combinés pour toucher le grand public mais aussi les clients professionnels et la presse.

Les supports « print » tel le magazine de séduction, les brochures thématiques, la carte touristique, la carte APN sont toujours très appréciés du grand-public.

Les relations presse présentent un intérêt majeur pour la Destination Tarn-et-Garonne. Elles permettent d'être visible dans les médias et les occasions de communiquer auprès des journalistes ne manquent pas. De fait, Tarn-et-Garonne Tourisme rédige et diffuse des communiqués et des dossiers de presse tout au long de l'année. Nous nous en faisons également l'écho dans tous les workshops et rencontres professionnelles de médias et influenceurs français et étrangers. L'accueil et l'assistance des journalistes présents sur place lors des voyages de presse apportent une réelle plus-value à cette action.

Chaque année, le Pôle Marketing élabore un plan d'actions complet et en cohérence avec le Schéma du Tourisme Durable voté par le Conseil Départemental de Tarn-et-Garonne et d'autres partenariats à l'échelon régional et inter-départemental.

# ➤ ACTIONS DE PROMOTION-COMMUNICATION 2024 (Marché France et Europe)

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme a participé à une dizaine d'opérations de promotion.

#### Salon International du Tourisme de Rennes (09 au 11 février)

Sur cette opération de promotion ciblant le bassin Ouest de la France, Tarn-et-Garonne Tourisme était accompagné par les Comités Départementaux du Tourisme de Haute-Garonne et du Tarn, les Offices de Tourisme des 2 Rives, Moissac Terres des Confluences, du Comminges, de la Toscane Occitane Gaillac Cordes et les Campings du Tarn.



#### Cap sur l'Occitanie à Bordeaux (26 et 27 avril)

Pour la première fois, l'évènement « Cap sur l'Occitanie » a réuni le Tarn-et-Garonne, le Gers, le Tarn et la Haute-Garonne pour proposer aux bordelais de découvrir cette partie d'Occitanie. Ces destinations proches de Bordeaux ainsi que certains de leurs offices de tourisme, festivals ont livré leurs bons plans, coups de cœur, et belles idées de vacances et d'escapades. Des producteurs locaux ont fait découvrir leurs produits et plusieurs animations musicales ont été programmées tout au long de ces journées.



### Salon Occ'Ygène à Toulouse (1, 2 et 3 mars)

Participation à la 2° édition de ce salon à Toulouse. Il nous a permis de promouvoir avec succès la Destination Tarn-et-Garonne aux côtés de 10 Offices de Tourisme du département. Les demandes ont porté sur les activités de pleine nature, les acti-

### Salon du Randonneur à Lyon (22 au 24 mars)

Dans le cadre du partenariat G4 avec le Gers, le Tarn et la Haute-Garonne, Tarn-et-Garonne Tourisme, ainsi que l'Office de Tourisme des 2 Rives, ont participé à ce salon thématique dédié à la rando balade, trekking, rando santé accessible à tous, à la micro-aventure de quelques jours à l'itinérance de plusieurs semaines.



### Salon B-Travel de Barcelone (15 au 17 mars)

Après de nombreuses années d'absence. le Tarnet-Garonne est retourné à la rencontre de la clientèle catalane aux côtés de ses homologues du Gers, du Tarn et de la Haute-Garonne. Les villages de caractère et patrimoine d'exception ainsi que le Canal des 2 mers à vélo ont été très demandés. En parallèle du salon, 4 newsletters B-Travel (Noël. Semaine Sainte, printemps et été) ont valorisé la destination

### Salon International de l'Agriculture à Paris (24 février au 3 mars)

vités en famille. les sites culturels.

Pour son retour au Salon International de l'Agriculture, le Tarn- et-Garonne a présenté au public le savoir-faire de 12 producteurs, proposant également des dégustations (3 000 pommes offertes), ainsi que 4 journées d'animations avec des chefs de notre département. Deux groupes musicaux ont ajouté une ambiance festive sur le stand de 80 m². Cette opération à Paris a bénéficié d'une belle couverture médiatique (nombreux articles, reportages et tournage de l'émission de TF1 « Grand reportage » sur la Maison Micouleau…).



#### Journée avec le CSE AIRBUS (16 mai)

Organisée par le CRTL Occitanie, cette opération de séduction est proposée à l'ensemble des salariés d'Airbus (18 000 personnes). Ceux-ci sont invités à venir à la rencontre des destinations présentes à la sortie de chacun des 9 restaurants du groupe. Le Tarn-et-Garonne était représenté par Tarn-et-Garonne Tourisme, les OTI Grand Montauban, Pays de Lafrançaise, et des Deux Rives, ainsi que l'Agence Gîtes de France Tarn-et-Garonne, le Musée Fermat et le Moulin de Moissac.

### ➤ CONTRAT DF TERRITOIRE

En 2024, le plan d'actions du Contrat intitulé « Sud-Ouest Authentique » a été lancé. Il est le fruit d'un partenariat entre les CRTL Occitanie et Nouvelle Aquitaine, Atout France et les CDT du Gers, du Lot-et-Garonne, et de Tarn-et-Garonne Tourisme. Ce nouveau dispositif a permis de cibler deux pays émetteurs européens : le Royaume-Uni et l'Espagne.

### Royaume-Uni

- Campagne digitale avec le média « Wanderlust »
- → Résultats : 2 500 000 impressions et 37 000 lecteurs ciblés.
- Campagne digitale avec « Family Traveller » via 4 newsletters, 4 posts Instagram et Facebook
- → Résultats : 10 830 clics générés et 1 million d'utilisateurs touchés.

### Espagne

- Accueil des instagramers « Traveltipforyou » pour la réalisation de 56 stories, 3 réels, 2 posts
- → Résultats : plus de 45 000 interactions et 1 million d'utilisateurs touchés.
- Campagne digitale sur les réseaux sociaux Atout France avec les visuels des instagramers «Explore France»
- → Résultats: plus de 2 300 000 impressions / 1 000 000 vidéos vues /45 650 clics générés.

### ➤ PRESSE

Tarn-et-Garonne Tourisme est parti à la rencontre de la presse et des influenceurs lors de plusieurs workshops en France et en Europe. Lors de ces rendez-vous,

60 journalistes ont été rencontrés et séduits.



### Workshop « Partir en France » à Paris

15 journalistes et influenceurs rencontrés

### Workshop « IMM » à Londres

45 journalistes et influenceurs rencontrés

En 2024, **30 reportages** ont été réalisés pour **65 journalistes** et **influenceurs reçus**.

Un des temps forts de l'année a été la diffusion de l'émission « La Carte aux Trésors » dédiée au Tarn-et-Garonne le vendredi 16 août 2024 sur France 3. Une diffusion programmée juste après les Jeux Olympiques, qui a généré des audiences record. L'émission a rassemblé 1,85 million de téléspectateurs, avant d'être rediffusée sur TV5 Monde.

Les Médiévales de Belleperche étaient également à l'honneur dans l'émission « **Échappées Belles** », diffusée sur France 5 le 7 décembre 2024, a rassemblé 1,2 million de téléspectateurs.



### ➤ CAMPAGNES TV - DIGITALES

### Campagne France Télévisions (100 % Tarn-et-Garonne)

Afin d'accentuer ses actions de notoriété auprès des clientèles régionales, la Destination Tarn-et-Garonne a réalisé une campagne TV géociblée sur l'Occitanie via les TV connectées du 22 mai au 5 juin 2024

La diffusion a été effective sur les chaînes du groupe France Télévision (France 2, France 3 et France 5) et avant les "Replays" sur une sélection d'émissions phares.

🙀 Audience: 1 295 722 box ciblées

### Campagnes France Télévisions (programme PACT « Destination Campagne Slow » / G4)

Dans le cadre des actions de séduction menées en partenariat avec le CRTL et les CDT32, CDT31, CDT81, 1 campagne en TV segmentée et replay a été lancée du 2 au 22 septembre 2024 à destination des clientèles de Paris IIe de France:

🙀 Audience: 2 300 000 box ciblées

## > PROMOTION DIGITALE SITE tourisme-tarnetgaronne.fr

En 2024, le site tourisme-tarnetgaronne.fr a comptabilisé plus de **662 000 visiteurs** sur l'année 2024 pour **plus de 1,9 millions de pages vues**.

Le partenariat développé avec LISIO nous permet également d'avoir une neutralité carbone quant aux besoins énergétiques nécessaires au bon fonctionnement de notre site internet et ce grâce à un programme annuel de plantation d'arbres.

Sur le site de destination sont diffusés :

- ▶ 21 Pépites du patrimoine naturel ou bâti, des lieux méconnus mais avec une histoire fascinante.
- 68 Portraits mettant en avant le savoir-faire et les coups de cœur de nos meilleurs ambassadeurs, qu'ils soient producteurs, artisans, chefs, vignerons ou hébergeurs.
- 14 Expériences pour faire des découvertes inattendues à travers tout le Tarn-et-Garonne.
- 12 Top d'idées insolites et incontournables.



### ➤ RÉSEAUX SOCIAUX

Pour Tarn-et-Garonne Tourisme, les réseaux sociaux sont d'abord un outil de valorisation de notre destination, afin de montrer toute la beauté et la diversité de la destination, accroître sa renommée, générer du trafic pour notre site internet et donc d'informer les touristes et les inciter à consommer

Dans ce cadre, les communautés fédérées par ces réseaux sociaux n'ont cessé de croître en 2024 :



Instagram: 12 400 abonnés (Reach annuel: 186 720 soit + 55 % / 1,4 K clics). Top post: Réel Couderc **30,5 K / 2,2 K** 

**Likes** / 78 commentaires.

🙀 Audience : 62,4 % femmes / 37,6 % hommes / majorité de 35-44 ans, suivis des 25-34 ans.

🔯 Audience : 66,6 % femmes / 33,4 % hommes / majorité de 35-44 ans, suivis des 45-54 ans.

**Facebook**: **16 900 abonnés** pour le compte **Grand Public** (+1 277 vs 2023) et 1 700 abonnés pour le compte Professionnel (+ 200 vs 2023).

Reach annuel: 1700000 soit + 28 % / 34.5 K clics

Top post: Réel Baignade 161,6 K / 569 Likes / 32 commentaires.

Pour Instagram et Facebook, gros succès au niveau du taux d'engagement et des interactions lors des diffusions des pépites et portraits. Les deux posts qui ont remporté les meilleures audiences sont les films des

Linkedin → 920 abonnés

Threads > 1 400 abonnés

Coflocs et celui consacré aux 4 saisons!

(ouvert en janvier 2024)

Tiktok → 1 130 abonnés

(+ 50 %) 2 réels ont fait plus de 33 K

#### **INSTAMEETS**:

Tarn-et-Garonne Tourisme a structuré 4 journées afin d'accueillir 40 instagramers en partenariat avec les Offices de Tourisme (le 25 mai à Lafrançaise, le 8 juin à Caussade, le 29 septembre à Beaumontde-Lomagne et le 19 octobre à Laguépie).



- 13 campagnes réalisées, 10 carrousels et 3 vidéos.
- 4 413 968 impressions en 2024.
- **34 339 clics** sur lien.

Les meilleures campagnes sont celles pour les séjours :

- Clip Séjourner en reach : 862 K
- Carrousel Séjours en trafic : 409 K
- 1 189 clics générés par les 2 campagnes.







### > RÉSEAU DÉPARTEMENTAL D'INFORMATION TOURISTIQUE

Depuis juin 2021, l'ensemble des Offices de Tourisme ainsi que Tarn-et-Garonne Tourisme utilisent Apidae comme base de données pour référencer l'offre touristique du département. Ainsi notre structure a accompagné les Offices de Tourisme tout au long de l'année 2024 au travers de :

- 2 journées de formation,
- des **demandes de mises à jour** permettant d'améliorer la qualité de la donnée,
- des **formations individuelles** uniformisant le niveau de connaissance et d'usage d'Apidae sur tous les territoires.

Sans oublier, notre **participation à de nombreuses réunions Apidae à l'échelle nationale** dans le but d'améliorer l'outil, et à des ateliers dédiés aux socio-professionnels.

### > APITOUR : OUTIL DE CONSEIL EN SÉJOUR

APITOUR est un outil mis gratuitement à la disposition des Offices de Tourisme afin de leur permettre de conseiller leurs visiteurs. Apitour génère aussi des statistiques. Cet outil fonctionne avec la base de données Apidae et **permet à tous les Offices de Tourisme de conseiller les visiteurs sur l'ensemble des prestations et services de chaque territoire**, de garder le contact avec ses visiteurs via l'envoi de SMS et/ou de mail, de générer des statistiques d'accueil détaillées selon les demandes et profils visiteurs.

### > E-MARKETING / GRC - GESTION DE LA RELATION CLIENT

Menées en partenariat avec le CRTL, les campagnes GRC visant la mise en place d'une segmentation des clientèles dans nos campagnes e-marketing se sont poursuivies en 2024. Objectifs : des newsletters thématiques en adéquation avec les attentes clients et une mise en avant d'offres segmentées dans les newsletters « Grand Public » et thématiques.



### ➤ CAMPAGNE DE CONQUÊTE PRESSE « ELLE »

Tarn-et-Garonne Tourisme a structuré une campagne marketing de conquête avec le magazine Elle Midi-Pyrénées (09-12-31-32-46-65-81-82). La diffusion des créations valorisant la destination s'est échelonnée du 4 juillet au 21 août 2024. Cette opération a favorisé une belle diffusion sur la saison estivale afin de booster les réservations de dernière minute.

### ➤ CAMPAGNE DE CONQUÊTE DIGITALE « BEOP - CMI MEDIA »

En partenariat avec l'Office de Tourisme du Pays de Lafrançaise et le Pays Midi Quercy, nous avons structuré une campagne marketing de conquête avec CMI Média. La diffusion de carrousels ou de quizz valorisant la destination Tarn-et-Garonne et les

LA CAPACITATION OF THE PROPERTY OF THE PROPERT

territoires ont généré **300 282 impressions** sur le printemps 2024. Cette opération a valorisé les hébergements (Tarn-et-Garonne Tourisme), le tourisme en famille (Pays de Lafrançaise) et le Pays d'Art et d'Histoire.

### ➤ ÉDITIONS TOURISTIQUES

Suite à l'appel d'offres dédié aux éditions 2023/2024, et comme tous les ans, il a été procédé à la réalisation des documents touristiques départementaux en français, en anglais, en espagnol, en allemand et en néerlandais. Parmi les documents édités, on retrouve le magazine de séduction "La Parenthèse", la Carte Touristique, la Carte des Activités de pleine nature, le flyer Aires de camping-cars, la brochure "Tarn-et-Garonne en famille", le Dossier de Presse, le Catalogue Groupes pour les excursionnistes.

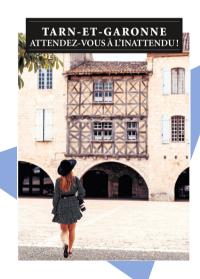
### **➤ INSERTIONS**

En 2024, plusieurs insertions ont été réalisées dans la Presse Quotidienne Régionale et éditions spécialisées :

- **Week-end** » : supplément diffusé dans la Dépêche du Midi du 14 avril.
- « Echappées Belles en Tarn-et-Garonne »: supplément diffusé dans la Dépêche du Midi du 15 juin. Réalisation d'un TAP de 8 pages valorisant les activités d'été en Tarn-et-Garonne.

La diffusion de ces deux publications est associée aux 10 éditions de la Dépêche du Midi (8 ex. Midi-Pyrénées + Aude et Lot-et-Garonne). Lectorat : 1 million de lecteurs ciblés

- Insertion dans l'édition spéciale Midi-Pyrénées du Figaro : une demi-page de promotion pour la destination Tarn-et-Garonne diffusée le 7 juin 2024.



### > PLAN DE COMMUNICATION SPECIFIQUE « MUSEE FERMAT »

Tarn-et-Garonne Tourisme accompagne tous les nouveaux sites dans leur promotion. Ainsi et après la Pente d'Eau de Montech et l'Abbaye de Beaulieu, un plan de communication dédié a été structuré avec une mise en valeur du site sur le digital, les éditions touristiques, les news letters, le réseau d'affichage du CD82 et l'accueil de journalistes/influenceurs.

Insertions dans le supplément MIDI afin de valoriser l'ouverture de la Maison Fermat. Dans ces créations, la promotion du Musée Fermat a été associée à des évènements du territoire :

- ▶ Publication du 21 juillet : Musée Fermat et Fête de l'Ail à Beaumont-de-Lomagne
- ▶ Publication du 4 août : Musée Fermat et Fête des vins de Saint-Sardos
- ▶ Publication du 15 septembre : Musée Fermat et Fête de la Noisette de Lavit

### ➤ OUTILS DE PROMOTION



- **Collection d'illustrations**: Afin de compléter la collection de 14 illustrations valorisant une sélection de lieux emblématiques du département, 8 nouvelles illustrations ont été réalisée par Jessica Paradis. Ces illustrations ont été diffusées sur le site de l'ADT, les réseaux sociaux, mais aussi au format « cartes postales et posters ».

#### - Carte murale et poster « Carte du Tarn-et-Garonne touristique »

Afin de répondre aux besoins des socio-professionnels et des Offices de Tourisme, une carte touristique illustrée a été créé en 2 formats (poster 40 x 60 cm et grand format 1,5 m x 1 m). Cette création reprend une sélection de visuels issus des créations de la graphiste Jessica Paradis. Ces supports ont été mis à la disposition des Offices de Tourisme et des professionnels du tourisme.

- Aire Autoroutière de Garonne : Depuis septembre 2023, Tarn-et-Garonne Tourisme a structuré un espace d'informations touristiques sur l'Aire de Garonne - Pierre Perret. Une grande fresque d'images accueille les voyageurs ainsi qu'une sélection de brochures et cartes éditées par l'ADT. En 2024, plus de 2 000 brochures de chaque édition ont été diffusées sur cette espace.

### ➤ NOUVEAUX ARRIVANTS EN TARN-ET-GARONNE



Ces derniers ont été destinataires de l'envoi d'une pochette d'informations touristiques contenant :

- le magazine « La Parenthèse »
- la Carte Touristique
- la Carte des Activités de pleine nature,
- le « Tarn-et-Garonne en famille »
- le guide mensuel « Sortir en Tarn-et-Garonne ».

En 2024, 1 079 pochettes ont été envoyées aux nouveaux arrivants en Tarn-et-Garonne



### ➤ PARTENARIAT AVEC TARN-ET-GARONNE ARTS & CULTURE

Dans le cadre du partenariat structuré avec Tarn-et-Garonne Arts & Culture, une sélection de coups de cœur culturels est diffusée dans la newsletter mensuelle « Agenda » ainsi que la version digitale du magazine « Sortir ». Diffusion auprès d'un fichier captif de **1 854 abonnés** (en constante augmentation). On note un fort taux d'ouverture avec une moyenne à 50 %.

En complément, l'édition papier du magazine « Sortir » est ajoutée dans les envois mensuels dédiés aux « Nouveaux Arrivants » dans le département. 1 079 envois ont été réalisés sur ce fichier en 2024



## ➤ PARTENARIAT INTER-DÉPARTEMENTAL ET INTER-RÉGIONAL

Tarn-et-Garonne Tourisme est engagé dans 2 dispositifs soutenus par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie. Il s'agit des projets PACT (Plans d'Actions Concertés de Territoire) et les Contrats de Territoire. Pour chaque programme, des plans d'actions sont structurés par les partenaires départementaux et bénéficient d'un financement croisé entre les ADT et CDT, les CRTL et Atout France dans le cadre d'un programme de campagnes paneuropéennes.

La Destination Tarn-et-Garonne est impliquée dans les :

- **PACT** « **Destination Sud-Ouest** » dont l'objectif est d'accroître la visibilité de l'offre touristique du Tarn-et-Garonne, du Gers, du Tarn et de la Haute-Garonne.
- **CONTRAT DE TERRITOIRE** « **Sud-Ouest Authentique** » dont l'objectif est de promouvoir nos potentialités en lien avec le Slow Tourisme (une campagne VRAIE pour goûter art de vivre, douceur de vivre et petits bonheurs du Sud-Ouest). Ce contrat réunit 3 départements (Gers, Lot-et-Garonne et Tarn-et-Garonne) répartis sur deux régions administratives (Nouvelle-Aquitaine et Occitanie).



## Chiffres clés

662 000 visiteurs sur le site internet

1000 000 de lecteurs ciblés via la PQR

1 900 000

pages vues sur le site internet 4 800 000

impressions

réalisées via les campagnes à l'étranger 4 413 968

impressions

réalisées sur les réseaux sociaux de l'ADT

60
journalistes
rencontrés et séduits



### Pôle Commercial

### Mettre en production et favoriser la commercialisation d'un potentiel touristique de qualité

### ➤ PLACE DE MARCHÉ

Pour la sixième année consécutive, Tarn-et-Garonne Tourisme a poursuivi le déploiement de sa Place de Marché afin de permettre aux hébergeurs (labellisés, marqués et/ou classés) ainsi que les prestataires d'activités de loisirs, de gérer leurs plannings et leurs disponibilités, les rendre visibles au niveau départemental, national et international en proposant de la réservation en ligne.

Plus que jamais, il est donc primordial pour les prestataires touristiques d'être référencés de façon optimale : présentation détaillée, attractive et à jour, recherches multicritères, géolocalisation, modes de réservation...

Tous canaux confondus (ADT82, Booking, Abracadaroom, Airbnb, sites prestataires...), la Place de Marché a généré **9 119 réservations** en 2024 pour un **chiffre d'affaires de 1 811 876 €** soit une augmentation de **+15,7 %** par rapport à 2023 (1 565 974 €).



### > MISSION PRODUCTION

### AU NIVEAU DÉPARTEMENTAL

Partenariats avec les OT et des professionnels qui n'ont pas l'immatriculation pour commercialiser des produits touristiques, activités, séjours / journées pour les groupes et les individuels.

En octobre 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme en partenariat avec des hébergeurs et des prestataires d'activités et de loisirs a développé une sélection de 23 « séjours 100 % Tarn-et-Garonne ». La valorisation de ces séjours a été faite via des campagnes avec la presse régionale, le groupe radio NRJ (Chérie FM et Nostalgie sur Toulouse, Montauban et départements proches), les réseaux sociaux, le site internet de la destination.

Au 31 décembre 2024, 33 dossiers ont été commercialisés pour un montant de 12 731,05 € au bénéfice des socio-professionnels partenaires. Cette action contribue également à travailler la notoriété et la visibilité de la destination.

#### **AU NIVEAU RÉGIONAL**

- CSE Airbus: 1 brochure numérique (3 produits commercialisés sur le thème du bien-être et de l'insolite): panier moyen de 400 € sur la base de 2 adultes.
- Agence Evazio: 1 produit le long du Canal des 2 Mers (de Bordeaux à Toulouse) avec 1 escale à Moissac commercialisé par Evazio. Partenariat avec 2 hôtels et 1 restaurateur.
- Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie: actions digitales pour valoriser les séjours enfants et mise en place d'actions de conquête sur notamment les marchés internationaux (workshops professionnels).

### ➤ MISSION GROUPES ET SÉMINAIRES

En 2024, bien que le nombre de dossiers et le volume d'affaires soient restés stables, le nombre de prestations touristiques par dossier a connu une augmentation.

#### ORIGINE

Clientèle de proximité à 82 % (Occitanie) contre 69 % en 2023. En effet. les excursions se font majoritairement à la journée dans un rayon maximum de 3 heures de transport.

#### **TYPOLOGIE**

La clientèle « Loisirs » reste majoritaire, les associations-clubs séniors représentent 75 % de nos clients. Les excursions représentent 50 % des demandes groupes: 1 200 personnes. Grâce au travail de promotion, on notera une augmentation des séjours représentant 25 % des ventes. Les séminaires 25 %. Au-delà de ces clientèles, nous continuons notre partenariat avec les Offices de Tourisme et les Agences /autocaristes.

En 2024, nous avons participé aux rendez-vous :

- Salon Voyages LEONARD à Liège en Belgique les 13 et 14 janvier 2024
- Ruban Bleu Voyages à Rodez le 25 janvier 2024
- **ADN Tourisme** Destination Sud de la France à Montauban le 8 février 2024
- IFTM Paris avec ADN Tourisme le 17 septembre 2024
- Workshop Mirabilia à Dijon les 25 et 26 novembre 2024



#### **ACTIONS DE PROMOTION**

Réalisation d'une brochure groupes qui évolue et génère de nouveaux clients. Diffusion : 800 exemplaires envoyés par courrier à ces clientèles.

Nous sommes également présents sur des salons et workshops thématiques, sans oublier l'accès « Groupes » sur le site de Destination et d'ADN tourisme Destination groupes

En mars 2024, 3 éductours ont été structurés dans le cadre du workshop « Rendez-Vous France », nous permettant d'accueillir 30 Touropérateurs-professionnels du tourisme en provenance d'Europe, du Canada, du Mexique, du Japon et du Brésil.

Réservotions

vio la Place de marché elloha

**82** %

de clientèle d'Occitonie

pour les groupes

1811876 E de chiffre

d'affaires généré via la Place de marché elfoha

800 brochures Groupes diffusées

93 234€

versés à nos partenaires

(activité groupes)



### Pôle Développement

Développer et qualifier l'offre touristique



Accompagner les porteurs de projets publics et privés, qualifier l'offre touristique, développer les filières, déployer et animer des démarches de qualité, apporter un appui technique et former les professionnels du tourisme sont les principales missions du Pôle Développement.

Il impulse une politique de structuration qualifiée des **ITINÉRANCES DOUCES**, priorité du tourisme durable, pour favoriser la découverte des patrimoines et générer des retombées économiques basées sur l'éco-mobilité pédestre, cyclable, équestre et fluviale.

### Ses axes stratégiques :



Il structure et anime les filières touristiques des professionnels avec le Club des Sites. Il anime et accompagne le **réseau des 10 Offices de Tourisme** du Tarn-et-Garonne, en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs.

Le Pôle

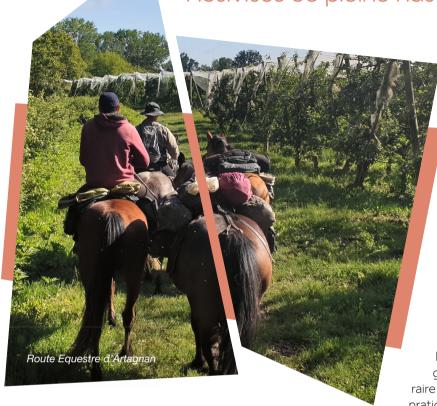
Enfin, le Pôle Développement de Tarn-et-Garonne Tourisme développe une offre œnotouristique de qualité afin de valoriser les six appellations du département jusqu'à une montée en gamme des AOP vers la labellisation **Vignobles & Découvertes** (AOP Fronton – AOP Coteaux du Quercy).

Nous vous présentons ici le bilan des actions menées en 2024, actions qui combinent stratégie, actions opérationnelles et innovation, en coopération permanente avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs, les chambres consulaires, les Offices de Tourisme et les communautés de communes en concertation avec les élus locaux.



### Pôle Développement

Activités de pleine nature et itinérances douces



### ➤ GR65 CHEMIN VERS ST-JACQUES DE COMPOSTELLE

Tarn-et-Garonne Tourisme intervient pour le compte du Département dans la mise en tourisme de cet itinéraire culturel européen.

Actions engagées en 2024 : suivi des labellisations Accueils Compostelle et des Communes Halte, gestion des éco-compteurs, gestion des signalements et de la signalétique.

🔀 Fréquentation : 12 800 marcheurs en 2024

### ➤ GUIDE DU MARCHEUR

A la demande des Offices de Tourisme présents le long du GR65, et afin d'offrir un outil pratique aux marcheurs sur le Chemin de Saint-Jacques de Compostelle, le Guide du Marcheur "Spécial Tarn-et-Garonne" a été réédité par Tarn-et-Garonne Tourisme. Ce document existe en version print (3 000 exemplaires diffusés par les OT et partenaires) et en version digitale.

# ➤ GR36 CHEMIN DE CONQUES À TOULOUSE

Cet itinéraire traverse le Tarn-et-Garonne sur la seule commune de Laguépie via le GR36.

En 2024 le Comité d'itinéraire a continué ses travaux et projets : édition d'un programme de courts séjours (tronçons produits), reportage photos sur les 4 départements traversés, réalisation de clips promotionnels.

🙀 Fréquentation : 4 274 marcheurs en 2024

### > ROUTE ÉQUESTRE D'ARTAGNAN

L'AERA (Association Européenne de la Route d'Artagnan) a pour objectif de fédérer autour de cet itinéraire culturel européen afin de proposer aux 6 millions de pratiquants du tourisme équestre en Europe et aux 20 millions dans le monde, une **route équestre à dimension** 

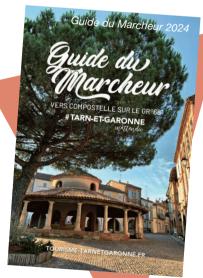
transnationale.

En Tarn-et-Garonne, les territoires traversés par cette route sont la Communauté de Communes de la Lomagne Tarn-et-Garonnaise

(23 kms), la Communauté de Communes Terres des Confluences (54 kms) et la Communauté de Communes du Pays de Lafrançaise (27 kms).

Le balisage est désormais terminé et la mise en tourisme a débuté par la recherche des hébergements en capacité de recevoir les cavaliers.





# > VÉLO VOIE VERTE DU CANAL DES DEUX MERS

De l'Atlantique à la Méditerranée, sur **près de 800 kms**, le long de l'estuaire de la Gironde, du Canal de Garonne et du Canal du Midi (inscrit au Patrimoine Mondial par l'UNESCO), cet itinéraire cyclable permet la **découverte de sites et paysages inoubliables**. Les 74 kms en Tarn-et-Garonne sont ponctués de pépites telles que Valence d'Agen, le confluent du Tarn et de la Garonne à Saint-Nicolas-de-la-Grave, Moissac avec son cloître et son pont canal, Castelsarrasin, Montech avec la prodigieuse pente d'eau sans oublier sa liaison permettant de relier Montauban, pour finir par Grisolles et le vignoble de Fronton.

Le département de la Haute-Garonne pilote le Comité d'Itinéraire créé à l'initiative de Tarn-et-Garonne Tourisme et associant 7 départements et 2 régions. Tarn et-Garonne Tourisme participe activement aux Comités Techniques de l'itinéraire et aux actions de promotion-communication et qualification de l'offre (Accueil vélo) organisées dans ce cadre.

En 2024, plusieurs actions importantes ont été lancées : présence au Salon Vélo in Paris (au Parc de Vincennes), réédition de la carte promotionnelle, organisation d'un Cotech à Marmande.

Fréquentation: 48 600 passages en 2024



### ➤ VALLÉE ET GORGES DE L'AVEYRON À VÉLO

La valorisation de l'itinéraire Vallée et Gorges de l'Aveyron à vélo se poursuit sur le site de Destination Tarn-et-Garonne, dans les éditions touristiques ainsi que sur le site national de France Vélo Tourisme : www.francevelotourisme.com/itineraire/vallee-et-gorges-de-l-aveyron-a-velo.

La qualification des hébergeurs "**Accueil vélo**" s'est également développée sur cet itinéraire.

Une déviation est en cours sur Montrozier (81) et un projet de modification du tracé sur Cazals.

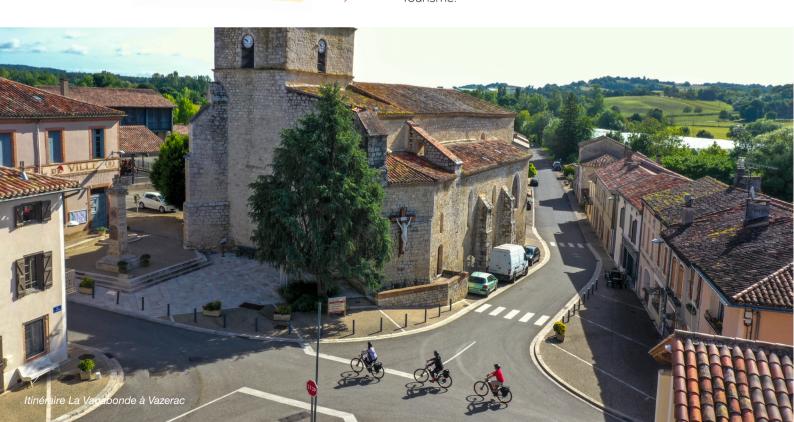
Fréquentation : 6 900 passages en 2024 (fréquentation Boucle + véloroute sur Fenevrols)

### ➤ LA VAGABONDE! Véloroute de Montluçon à Montech



Cet **itinéraire vélo de 500 kms** de Montluçon à Montech traverse 5 départements (Allier, Creuse, Corrèze, Lot et Tarnet-Garonne). Sur le département, il passe de Vazerac à Montech sur 51 kms dont 15 kms en voie verte.

En 2024, le comité d'itinéraire a travaillé sur plusieurs actions : maquettes de panneaux RIS et totems, réalisation et diffusion du roadbook, campagne sur réseaux sociaux, étude sur le transport de bagages, suivi de la fréquentation sur France Vélo Tourisme.



### ➤ AXES STRATÉGIQUES

Différentes actions ont été menées concernant la qualification et le développement des Activités de Pleine Nature avec

- ▶ le Comité Départemental de Cyclotourisme dans le cadre des ateliers Accueil Vélo, organisées par Tarn-et-Garonne Tourisme le 8 février à Port Canal
- ▶ le Comité Départemental de la Randonnée Pédestre pour l'organisation de la "Journée des techniciens rando" le 13 mars à Caylus
- les 3 Départements voisins (Haute-Garonne, Tarn et Aveyron) et le Comité Régional de la Randonnée Pédestre pour le suivi du Comité d'itinéraire valorisant le GR36
- ▶ l'Agence Française des Chemins de Compostelle pour le déploiement de la Charte Accueil Compostelle sur le GR65 et le GR36

- ▶ les Offices de Tourisme concernés par le déploiement de la marque **Accueil Vélo** le long du Canal des Deux Mers, la Vagabonde et la Véloroute Vallée et Gorges de l'Aveyron
- ▶ les 3 Communautés de Communes impliquées dans l'itinéraire Culturel Européen « La Route Equestre d'Artagnan » (104 kms);
- les Communautés de Communes pour l'intégration des nouveaux PR au Plan Départemental des Itinéraires de Promenades et de Randonnées



# Chiffres clés

225 boucles rando

de 12800 marcheurs sur le GR



GR-

22 boucles vélo jalonnées

**74** kms en Tarn-et-Garonne



DE L'ATLANTIQUE À LA MÉDITERRANÉE

**51** kms



85<sub>kms</sub>



104 kms en Tarn-et-Garonne





### Pôle Développement



Le développement des filières est une mission essentielle de Tarn-et-Garonne Tourisme qui qualifie et structure l'offre à l'aide du déploiement des marques. des classements d'Etat. des référentiels et des labels : Meublés de Tourisme. Chambre d'Hôtes Référence. Gîtes de France. Clévacances, Tourisme & Handicap, Accueil Vélo. Station Verte. Qualité Tourisme Sud de France, Insolite. En Famille, Tourisme Responsable...

### ➤ MEUBLÉS DE TOURISME

Le classement d'état des Meublés de Tourisme est une démarche volontaire valable 5 ans. Les Meublés de Tourisme sont classés de 1 à 5 étoiles en fonction du niveau de confort et d'équipement, de la qualité du service apporté par le propriétaire et de l'implication dans une politique de développement durable. 133 critères sont ici observés.

Le système de classification en étoile est une qualification nationale portée par le Ministère en charge du Tourisme. C'est un repère commercial reconnu par les clientèles françaises et internationales. Ainsi, le Tarn-et-Garonne détient au total **544 hébergements classés « Meublé de Tourisme »**, soit 2 934 lits.

Répartition : 1 étoile : 34 meublés / 2 étoiles : 109 meublés 3 étoiles : 333 meublés / 4 étoiles : 64 meublés / 5 étoiles : 4 meublés

### MARQUE QUALITÉ TOURISME SUD DE FRANCE

Déployée et pilotée par la Région Occitanie avec le soutien de Tarn-et-Garonne Tourisme pour les filières professionnelles (restaurateurs, hébergeurs, chambres d'hôtes, hôtels, campings, résidences de tourisme, villages vacances, caveaux et points de vente, sites touristiques, activités de pleine nature, bars/cafés), cette marque compte 22 labellisés sur le Tarn-et-Garonne.



### ➤ TOURISME & HANDICAP

Tourisme & Handicap est une marque d'État dédiée aux établissements touristiques répondant aux besoins spécifiques des personnes en situation de handicap. Pour bénéficier de la marque Tourisme & Handicap, les établissements doivent respecter des critères d'accessibilité et d'accueil qui garantissent aux personnes en situation de handicap la plus grande autonomie possible. L'objectif est de pouvoir sélectionner un établissement adapté à son handicap et identifié notamment grâce aux 4 pictogrammes de la marque. Ces derniers précisent les conditions d'accessibilité en fonction du type de handicap : **Auditif, Mental, Moteur** et **Visuel**. La durée de validité de cette marque est de 5 ans.

L'obtention de la marque est conditionnée au respect des critères pour au moins 2 déficiences.

En 2024, **9 établissements bénéficient de la marque Tourisme & Handicap**: Ferme auberge « Le Mas de Monille » à Loze, Office de Tourisme du Quercy Caussadais à Caussade Office de Tourisme des Gorges de l'Aveyron à Saint-Antonin-Noble-Val, Bureau d'information de Montpezat de Quercy, Gîte de groupe / chambres d'hôtes « Le Jardin d'En Naoua » à Maubec, Ponton de pêche à Touffailles, chambre d'hôtes « Hildegarde », Gîte « Comme un air de Voyage », gîte « Comme une Parenthèse » à Moissac.



### ➤ GÎTES DE FRANCE

Dans le cadre du partenariat avec Gîtes de France 82, Tarn-et-Garonne Tourisme poursuit la mise à jour des fiches du label ainsi que la valorisation de celles-ci sur ses supports numériques.

En 2024, Gîtes de France Tarn-et-Garonne comptait 218 gîtes, 28 maisons d'hôtes, 17 Gîtes de Groupes, 13 City break et 1 camping municipal.

### > CLÉVACANCES

En 2024, le label comptait **58 meublés** et **3 maisons d'hôtes** en Tarn-et-Garonne. Ainsi, dans le cadre de la valorisation de cette marque, Tarn-et-Garonne Tourisme valorise les ressortissants « Clévacances » sur ses supports numériques.

### > CHAMBRE D'HÔTES RÉFÉRENCE

Il n'existe pas de classement spécifique aux chambres d'hôtes mis en place par l'Etat, à la différence des autres types d'hébergements touristiques. Par conséquent, Tarn-et-Garonne Tourisme a choisi de s'appuyer sur la marque nationale « Chambre d'hôtes référence® », pour la déployer sur le territoire auprès des propriétaires soucieux de proposer un niveau de qualification en réponse aux besoins de la clientèle.

Cette qualification s'appuie sur un référentiel. Ce gage de qualité permet à Tarn-et-Garonne Tourisme de valoriser les structures qualifiées sur les différents supports (site internet, réseaux sociaux).

En 2024, il y avait en Tarn-et-Garonne **51 structures** marquées soit un total de **126 chambres qualifiées**.



### ➤ MARQUES DÉPARTEMENTALES

Afin de répondre aux attentes des clientèles et des professionnels tarn-et-garonnais, Tarn-et-Garonne Tourisme a créé deux marques départementales permettant de mieux qualifier l'offre d'hébergement dite « Insolite » ainsi que les prestations dédiées aux familles. Ce travail est mené en partenariat avec les Offices de Tourisme des différents territoires.



#### **▶** Marque Insolite

L'hébergement insolite, de par sa spécificité originale, sort du cadre normatif et règlementaire du classement et des marques déposées. C'est pourquoi Tarn-et-Garonne Tourisme a souhaité créer un référentiel correspondant aux caractéristiques de l'hébergement insolite afin de mieux les qualifier et les intégrer sur

nos supports de communication digitale. La marque est accordée gratuitement pour 5 ans. La qualification repose sur le respect de 54 critères répartis selon les espaces extérieurs (environnement, éclairages, abords), les espaces intérieurs (état, confort, équipement), les espaces sanitaires (équipement, aération, confort), la cuisine, l'accueil et autres services.

En 2024, il y avait en Tarn-et-Garonne 88 hébergements marqués « Insolite » pour un total de 47 prestataires.



#### **▼** Tarn-et-Garonne en Famille

Développée par Tarn-et-Garonne Tourisme, cette marque départementale a pour objectif d'identifier clairement les professionnels qui proposent des services dédiés aux familles et apportent une attention particulière aux enfants. 3 catégories de professionnels sont concernées : les hébergements, les restaurants,

les sites culturels et de loisirs. La marque est accordée gratuitement pour 5 ans et présente 2 avantages : rassurer les parents en recherche de prestations adaptées à leurs besoins et conquérir les enfants avec des présentations de prestations adaptées à leurs envies. Les professionnels marqués s'engagent à respecter de 14 à 18 critères selon leur catégorie professionnelle.

En 2024, il y avait en Tarn-et-Garonne 138 prestations marquées « En Famille ».



### CLUB DES SITES

Le club des sites du Tarn-et-Garonne et du Tarn rassemble 62 sites de visite et de loisirs. Diverses actions de communication et de promotion sont menées pour ce club afin de lui garantir les bénéfices de l'effet réseau sur un large territoire et une meilleure visibilité. Cette année, une nouvelle opération a été lancée portant le nom de « Trivial pour sites » pour accueillir le public dans chacun des sites partenaires autour d'un jeu grandeur nature. Avec des énigmes thématiques, telles que l'histoire, la géographie, les sciences, les personnages illustres... le public pouvait participer en découvrant les sites selon la thématique concernée, d'abord sur un week-end puis pendant les vacances de Toussaint. A la clé des lots étaient ainsi remportés selon le nombre d'énigmes trouvées, et se composaient de produits artisanaux et gourmands des territoires.



La réunion annuelle de bilan s'est déroulée le 26 novembre à Montauban au Château Montauriol. L'occasion de réunir les membres autour des actions réalisées et d'évoquer les actions en prévision sur 2025. Ce fut également l'occasion pour les participants à cette journée de découvrir le Musée Ingres Bourdelle et le Musée des Jouets tout au long de l'après-midi.

### > OFFICES DE TOURISME

- QUALITÉ: Tarn-et-Garonne Tourisme assure la gestion et le suivi du classement des Offices de Tourisme. C'est l'assurance pour un office d'être reconnu au niveau national pour un certain nombre de critères portant sur l'accessibilité et la qualification de l'offre dédiée au public.

En partenariat avec le CRTL Occitanie, Tarn-et-Garonne Tourisme assure également le suivi de la marque qualité tourisme auprès des offices qui souhaitent faire valoir et améliorer leur démarche qualité. Atout France a fait évoluer cette marque sur de nouveaux critères, incluant des exigences accrues en matière d'éco-responsabilité, afin de compléter et de renforcer le référentiel initial. Cette marque change de nom et devient « **Destination d'excellence** ». Elle représente une véritable opportunité de promouvoir une démarche d'amélioration continue et constitue un levier stratégique pour accompagner les structures dans la mise en place d'initiatives en faveur du développement durable.

- PLAN RÉGIONAL DE FORMATION DU CRTL OCCITANIE: Partenaire du CRTL Occitanie, Tarn-et-Garonne Tourisme participe chaque année à l'élaboration du plan régional de formation. Par le biais d'ateliers qui donnent l'occasion de brainstormer sur la remontée des besoins auprès des Offices de Tourisme, le CRTL Occitanie structure un plan régional de formation répondant aux besoins de montée en compétences et à une réévaluation des métiers du tourisme.



### ➤ BOURSE D'ECHANGE

Cette année, la bourse d'échange de documentation départementale s'est déroulée le 28 mars 2024 à Beaumont-de-Lomagne. L'occasion pour tous les participants de visiter plusieurs lieux emblématiques de la bastide et en avant-première, les futurs locaux de l'Office de Tourisme et du Musée Fermat.

Après les visites, les équipes de Tarn-et-Garonne Tourisme ont présenté les principales actions prévues en 2024. L'après-midi fut consacrée aux échanges de documentation touristique pour bien démarrer la saison.

### ➤ ŒNOTOURISME

Tarn-et-Garonne Tourisme, en collaboration étroite avec la Fédération des Vins du Tarn-et-Garonne et l'ensemble de ses partenaires, poursuivent une démarche collective et ambitieuse visant à promouvoir et valoriser les produits viticoles du département. Cette initiative s'inscrit dans un objectif plus large : renforcer l'attractivité du Tarn-et-Garonne et attirer une clientèle œnotouristique en quête de découvertes authentiques. À travers cette dynamique, le département souhaite s'affirmer comme une destination viticole incontournable. offrant des expériences uniques et des vins de caractère

Dans le cadre de cet engagement, une action spécifique a été mise en place pour favoriser une meilleure connaissance des vins issus des six appellations du Tarn-et-Garonne par les restaurateurs. Le 29 avril 2024, une dégustation à



l'aveugle a été organisée au Château Boujac en partenariat avec la Brigade du Goût. Cette rencontre a été un véritable moment de partage, de formation et de mise en lumière du savoir-faire viticole du Tarn-et-Garonne. Suite à cette démarche, nous avons fait réaliser des sacs à vin arborant le logo « Vins du Tarn-et-Garonne » pour les professionnels concernés.

Dans le secteur de l'œnotourisme, nous poursuivons naturellement nos efforts pour valoriser le label « Vignobles & Découvertes » en faveur des deux destinations qui en bénéficient :

#### ► Vignoble des Coteaux du Quercy :

Tout le long de l'année, des comités techniques ont été organisés avec le Syndicat de Défense des Vins des Coteaux du Quercy ; l'Office de Tourisme du Quercy Caussadais et le Pays Midi-Quercy. Des actions de valorisation et de promotion de la destination Vignoble du Quercy furent programmées et notamment :

- « Sur les traces d'un Vigneron du Quercy suivez le chemin au fil des saisons », des randonnées au départ de domaines viticoles avec dégustations : le 14 avril au Domaine de Guillau, le 13 août au Domaine de Cauquelle, et le 17 novembre au Domaine de Linon.
- ▶ Fête à Gandoulès: le 29 juin 2024 qui a réuni plus d'une centaine de personnes sur le thème des « veillées d'antan » en présence d'une conteuse et d'un chanteur.

Tarn-et-Garonne Tourisme était également présent à la **Fête des Vins des Coteaux du Quercy** le 11 août à Castelnau-Montratier afin de promouvoir l'offre touristique départementale.

#### ▶ Vignoble de Fronton

Des comités techniques ont été programmés en 2024 dans le but de mettre en place des actions stratégiques pour promouvoir la destination viticole du Fronton répartie sur les départements du Tarn-et-Garonne et de Haute-Garonne. Plusieurs initiatives ont été mises en œuvre en 2024 et notamment :

- **Visite des professionnels labellisés** (afin de préparer la prochaine candidature au label et renforcer leur implication dans cette démarche).
- **Evènement** « **Fascinant Week-end** » (structuration d'un programme d'animations les 19 et 20 octobre sur le principe de balades gourmandes permettant aux visiteurs de découvrir la richesse du terroir).
- **Préparation d'une « Route des Vins Virtuelle »** (parcours numérique innovant est en cours de développement afin d'offrir aux visiteurs une expérience immersive et interactive).
- Inauguration de l'Oenorando « De vignes en forêts » (ce nouveau parcours pédestre de 16 km dresse un véritable portrait de famille des vignerons de l'appellation).

# ➤ ÉLARGISSEMENT DE LA DESTINATION ŒNOTOURISTIQUE « VIGNOBLES & DÉCOUVERTES »

Tarn-et-Garonne Tourisme a fait le choix stratégique d'accompagner ses partenaires dans la poursuite du portage du label pour les Coteaux du Quercy tout en œuvrant à son extension à d'autres appellations viticoles du département. L'idée étant de ne pas laisser en marge de cette dynamique certaines zones qui ne peuvent prétendre au label seules. Dans un contexte où les viticulteurs font face à des défis importants (aléas climatiques, maladies de la vigne et évolution des comportements de consommation), l'union entre les différentes appellations apparaît comme un levier essentiel pour garantir la pérennité et la visibilité de l'offre œnotouristique.

Une première conférence a eu lieu le 15 octobre 2024 au **Château Montauriol**, afin de présenter le projet d'accompagnement mis en place avec l'Adefpat. L'occasion de partager les actions à venir, en présence de France Gerbal-Medalle, consultante spécialisée dans le développement cenotouristique, ainsi que des professionnels concernés. Aux côtés des Coteaux du Quercy, les appellations AOP Brulhois, AOP Saint Sardos, IGP Lavilledieu et IGP Comté Tolosan Coteaux et Terrasses de Montauban seront associées à ce projet dont le dossier de candidature au label sera déposé en juillet 2025.

### > RENCONTRES DU TOURISME

Cette 5° édition s'est déroulée le mardi 8 octobre 2024 au **Domaine Saint-Nicolas à Montech** en présence de 138 professionnels. Au programme : une conférence sur l'Intelligence Artificielle assurée par Benoît Dudragne de l'agence ID-Rézo et 4 ateliers animés par les équipes de Tarn-et-Garonne Tourisme sur l'éco-responsabilité et la durabilité, l'accessibilité, les outils de commercialisation et de gestion de la relation client, et les bonnes pratiques avec les réseaux sociaux.





### > NOUVELLE MARQUE DE DESTINATION

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme a copiloté aux côtés du Conseil Départemental plusieurs actions menées dans le cadre des fiches actions du Schéma Départemental du Tourisme Durable.

La première d'entre-elles visait la structuration d'une marque touristique territoriale pour fédérer les acteurs départementaux. Ceci comprenant la création de la marque, de l'identité visuelle, ses déclinaisons ainsi qu'une ligne de produits chartés « Tarn-et-Garonne ». Parmi les actions préliminaires, Tarn-et-Garonne Tourisme s'est engagé dans la structuration du cahier des charges de l'appel d'offre porté par le Département. C'est l'agence Wild & Slow qui a remporté le marché afin de mener à bien la création de cette nouvelle marque en 2025.

### TARN-ET-GARONNE TOURISME

CS 90534 - 82005 Montauban cedex Tél. 05 63 21 79 65 — info@tourisme82.com www.tourisme-tarnetgaronne.fr





SUIVEZ-NOUS sur nos réseaux sociaux



