

TARN-ET-GARONNE

*Tourisme*

Sud-Ouest - Occitanie

20

RAPPORT  
D'ACTIVITÉS

19



# RAPPEL DES MISSIONS

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 de Développement Touristique et des Loisirs élaboré par le Conseil Départemental. L'actuel schéma couvre la période 2017-2021.

En 2019, l'ADT82 a changé de nom pour devenir « Tarn-et-Garonne Tourisme ».

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 15 personnes, structurée en 3 Pôles de compétences : Ingénierie, Marketing et Ressources.

Tarn-et-Garonne Tourisme est composé de techniciennes et techniciens experts qui structurent un plan d'actions annuel. Il s'articule autour de 5 objectifs majeurs :

- Développer, qualifier et structurer la production touristique.
- Fédérer et animer les professionnels du tourisme départemental.
- Promouvoir et développer la notoriété de la destination « Tarn-et-Garonne » auprès de nos différents publics cibles (prestataires, grand public, voyageurs, presse/médias).
- Mettre en production et vendre un potentiel touristique de qualité.
- Évaluer les retombées de l'activité touristique du Tarn-et-Garonne.

## 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.

- › Action auprès des internes en médecine de Toulouse.
- › Concours des Villes et Villages fleuris.
- › Bien manger en Tarn-et-Garonne (organisation de 4 repas dans les collèges avec des chefs restaurateurs)
- › Panneaux images d'affichage.
- › Pente d'Eau de Montech.
- › Grotte de Bruniquel : Le Mystère Néandertal.
- › Rédactionnels pour les besoins de la Direction de la Communication.

## 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, au service des ressortissants concernés, des prospects tarn-et-garonnais et des différentes clientèles touristiques.

- › Chambre de Commerce et d'Industrie Montauban et Tarn-et-Garonne
- › L'UMIH de Tarn-et-Garonne
- › Logis du Tarn-et-Garonne
- › L'Association des Restaurateurs du Tarn-et-Garonne
- › Fédération des Vins du Tarn-et-Garonne
- › Syndicat du Chasselas de Moissac AOP
- › Fédération de Pêche du Tarn-et-Garonne
- › Jeunes Agriculteurs du Tarn-et-Garonne
- › L'association des producteurs de Volailles et de Palmipèdes gras (AVP 82)
- › La Chambre d'Agriculture et le réseau Bienvenue à la Ferme

## ACTIONS MUTUALISÉES AVEC LE CONSEIL RÉGIONAL ET CRT OCCITANIE

Tarn-et-Garonne Tourisme œuvre pour le Département aux côtés des Offices de Tourisme «Grands Sites» pour valoriser les 4 Grands Sites d'Occitanie labellisés en Tarn-et-Garonne.

- › Politique des Grands Sites d'Occitanie (Conseil Régional et CRT) avec participation à différentes commissions et groupes de travail mis en place par le Comité Régional du Tourisme d'Occitanie.
- › Commissions Campagne, Enfance & Jeunesse, Oeno-tourisme, Fluvial, Urbain, Incentive...
- › Participation aux séminaires J13 avec les 13 ADT/CDT d'Occitanie.
- › Participation aux Convergences Touristiques, Campus de l'Innovation touristique, Workshop Tourisme Fluvial, Rencontre Destinations & Saveurs, Assises des Activités de Pleine Nature...

# ÉDITO

## LE TOURISME UN ENJEU ÉCONOMIQUE MAJEUR

Francine Debiais  
1<sup>ère</sup> Vice Présidente  
de Tarn-et-Garonne Tourisme



Sous l'égide du Président du Conseil Départemental et de la 7<sup>ème</sup> commission, l'ADT, aujourd'hui Tarn-et-Garonne Tourisme définit la politique et met en œuvre la stratégie touristique exprimée dans le schéma départemental de développement du Tourisme et des Loisirs.

Notre nouvelle Région accueille plus de 180 millions de nuitées touristiques. 4<sup>ème</sup> Région Touristique de France, 1<sup>ère</sup> Région en hôtellerie de plein air, 4<sup>ème</sup> Région en emplois touristiques. Elle est un poids lourd du Tourisme au plan national et européen.

L'activité touristique, en Tarn-et-Garonne, génère plus de 124 millions d'euros de retombées économiques directes en 2019.

Le tourisme évolue sans cesse et les modes de consommation changent. C'est pourquoi, Tarn-et-Garonne Tourisme s'emploie à mieux connaître les attentes des clientèles qui fréquentent et qui consomment en Tarn-et-Garonne.

L'offre touristique de qualité autour de l'itinérance douce est un des attraits majeurs de notre destination. D'où, l'aboutissement de beaux projets tels que le Canal des deux mers à vélo, la Vélo Route des Gorges de l'Aveyron, la valorisation touristique du Chemin vers Saint-Jacques-de-Compostelle et prochainement la pente d'eau de Montech ainsi que la Route d'Artagnan. Ces derniers confortent l'image d'un département engagé dans la pratique de tous les loisirs nature en général.

L'Agence développe un tourisme du vin autour de ses 6 appellations, dont l'AOP Fronton et l'AOP Coteaux-du-Quercy ont été labellisées Vignobles & Découvertes. Un Tourisme du goût avec ses produits agricoles et une gastronomie reconnue.

L'Agence développe la notoriété et le positionnement stratégique du Tarn-et-Garonne. Elle assure sa promotion auprès des médias et commercialise sa destination auprès de tous les publics, tant en France qu'à l'étranger. Elle qualifie l'offre touristique en lien avec le déploiement de démarches de qualité.

Ceci est d'autant plus prégnant au cœur de notre nouvelle Région Occitanie. Tarn-et-Garonne Tourisme souhaite défendre ce tourisme de campagne dans cette grande région qui possède notamment le littoral, la montagne et le thermalisme. D'où, l'importance de mutualiser des actions de promotion, d'animation et d'ingénierie avec d'autres départements afin d'avoir une meilleure visibilité.

Le tourisme ne s'arrête jamais, d'autres grands projets comme les Grands Sites d'Occitanie vont permettre de rendre notre département toujours plus attractif.

Le tourisme est un vrai challenge en Tarn-et-Garonne; c'est un atout fédérateur majeur. Que ce soit au niveau de la promotion comme pour l'accompagnement des professionnels sur différents projets.

Ce bilan d'activité vous présente les principales actions accomplies en 2019.

## SOMMAIRE

# 04

Positionnement stratégique  
de la Destination  
Tarn-et-Garonne

# 05

**PÔLE MARKETING :**  
Promouvoir et développer la  
notoriété de la Destination  
Tarn-et-Garonne

# 11

**PÔLE MARKETING :**  
Mettre en production et en  
commercialisation un potentiel  
touristique de qualité

# 12

Observer les retombées  
économiques du tourisme en  
Tarn-et-Garonne / Flux Vision

# 16

**PÔLE INGÉNIERIE :**  
Qualifier et développer  
l'offre touristique

# 23

Organigramme  
de Tarn-et-Garonne Tourisme



# POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DE LA DESTINATION TARN-ET-GARONNE

---

En 2019, Tarn-et-Garonne Tourisme a souhaité travailler 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 :

- le **ressourcement** (repos, calme, idée de rupture avec le quotidien),
- la **beauté et la diversité des pôles attractifs** (préservation des espaces, ensoleillement, mystère et insolite de certains lieux),
- **l'authenticité, la simplicité et l'abondance de nature** en lien avec une idée de transmission,
- des **patrimoines culturels, gastronomiques et naturels** variés dotés d'une grande diversité d'activités.

L'image voulue, perçue et réelle de la Destination Tarn-et-Garonne reprend toutes les valeurs et les thèmes évoqués ci-dessus. Le Tarn-et-Garonne s'affirme naturellement à la fois comme une Destination de Campagne et une Destination du bon et du bien-vivre au cœur du Sud-Ouest.

En Tarn-et-Garonne, notre offre d'activités thématiques qualifiées repose notamment sur :

- un *Tourisme de Loisirs* et de pleine nature autour de l'itinérance Douce et du slow tourisme (Vélo Voie Verte, Canal des 2 mers et le fluvial, les randonnées, Pôle Natura 2000...), d'activités ludiques (bases de loisirs, sports aquatiques, de plein air...) et d'activités festives (animations et festivals)

- un *Tourisme de Découverte* autour du patrimoine vernaculaire mais aussi les Plus Beaux Villages de France et villages de charme et de caractère, villes 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 / actions liées au Bien Manger en Tarn-et-Garonne)

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

Concomitamment à ce positionnement, un travail a été engagé sur la recherche de qualificatifs, de mots « inspirant » la destination. Parmi tous les termes employés, le mot « inattendu » est revenu comme un véritable leitmotiv.

C'est ainsi que fut imaginé le slogan : Tarn-et-Garonne, attendez-vous à l'inattendu !

De nouveaux outils de promotion et un nouveau site internet sont venus asseoir nos actions de communication en 2019. En parallèle, et afin de simplifier et uniformiser l'appellation de la structure ADT, il a été décidé de changer son logo et son nom en Tarn-et-Garonne Tourisme.

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

Le Pôle Marketing a pour objectif d'accroître l'attractivité de la Destination Tarn-et-Garonne tant en France qu'à l'étranger, en s'appuyant sur l'image et la notoriété du territoire.

Ses missions couvrent la promotion online et offline, la présence sur les salons, les relations presse et l'organisation d'opérations de marketing tout au long de l'année.

La stratégie élaborée par le Pôle Marketing vise une large clientèle française et internationale, du grand public aux voyageurs en passant par les journalistes et blogueurs-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, les blogs et les réseaux sociaux sont largement combinés pour toucher le grand public mais aussi les clients professionnels et la presse. Les supports print tels le magazine de séduction, les brochures thématiques, la carte touristique, la carte vélo, la carte randonnée 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/blogs et les occasions de communiquer auprès des journalistes ne manquent pas. Tarn-et-Garonne Tourisme rédige et diffuse des communiqués ainsi que des dossiers de presse, et s'en fait l'écho sur 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.

Nous vous présentons ici le déroulé des actions menées en 2019 par le pôle, actions assurées en cohérence avec le Schéma de Développement Touristique approuvé par le Conseil Départemental de Tarn-et-Garonne, les actions du Comité Régional du Tourisme d'Occitanie, et différentes mutualisations avec les filières, le réseau des Offices de Tourisme du Tarn-et-Garonne, les Comités Départementaux du Tourisme de Haute-Garonne, du Gers et du Tarn.

### CIBLE GRAND PUBLIC

#### MARCHÉ FRANCE

*Salon International du Tourisme - Nantes*

**25 - 27 janvier 2019** / 28 725 visiteurs

Partenaires : Haute-Garonne Tourisme, Tarn Tourisme, Tourisme du Gers, la Fédération des Vins du Tarn-et-Garonne, les OT Moissac Terres des Confluences et des Deux Rives.

Présence de producteurs du Tarn-et-Garonne : Le Rasquil et le Clos de Ladrex.



*Salon Mondial du Tourisme / Destination Nature - Paris*

**14 - 17 mars 2019** / 114 200 visiteurs

Partenaires : les membres du Comité d'itinéraire du Canal des Deux Mers à vélo.

*20<sup>ème</sup> édition des Marchés Flottants du Sud-Ouest - Paris*

**20 - 22 septembre 2019** / 150 000 visiteurs

Partenaires : CDT Lot-et-Garonne et Tourisme du Gers.

Animation autour du goût, avec double espace Bar à fruits (5 000 verres de dégustation offerts) et participation de 13 producteurs du Tarn-et-Garonne.



# 6,2

Tonnes de fruits distribués à Paris

# 42

Producteurs dont 13 du Tarn-et-Garonne

# 200

Faces affichage métro parisien

# 98 000

Distribution de Poches Marché Flottants

# 29

Salons et Workshops

# 150 000

Visiteurs ciblés sur Paris

Plus de

# 6500

Verres de dégustation  
de jus de fruits

## MARCHÉ DE PROXIMITÉ

### *Festival La Roue Tourne à Roques sur Garonne*

**9 février 2019**

Partenaires : les membres du Comité d'itinéraire du Canal des Deux Mers à vélo.

### *Micro-Marché - Toulouse*

**25 - 26 avril 2019**

Partenaires : Chasselas de Moissac - Logis du Tarn-et-Garonne, la Fédération Départementale de Pêche et les Offices de Tourisme du Grand Montauban, Moissac Terres des Confluences, Deux Rives, Lomagne tarn-et-garonnaise, Quercy Sud-Ouest, OT fédérés par Midi-Quercy et le Bar à Fruits avec le Chasselas de Moissac AOP. Chaque OT territorial était présent avec un producteur de son secteur. L'espace était animé par une sonorisation avec présentatrice, un escape game, un simulateur de pêche, un espace accrobranche et un Photobooth.



### *Bordeaux fête le Fleuve – Bordeaux*

**20 – 23 juin 2019** / + 100 000 visiteurs

Partenaires : Tarn-et-Garonne Tourisme et Offices de Tourisme (Grand Montauban, Deux Rives, Moissac Terres des Confluences, Lomagne tarn-et-garonnaise).

### *Saveurs et Senteurs – Fronton*

**23 – 25 août** / 30 000 visiteurs

Partenaires : Haute-Garonne Tourisme et l'Office de tourisme de Fronton. Animation sur le stand avec dégustations sur le Bar à fruits.

### *Festival « What a trip » à Montpellier*

**27 – 29 septembre 2019**

Partenaires : Tarn Tourisme, Haute-Garonne Tourisme, Tourisme du Gers. Dégustation de jus de fruits, de Quercy des îles et de macarons de Lauzerte.



### *20ème Salon Vins et Terroirs - Toulouse*

**1er - 3 novembre 2019**

Partenaires : Tarn Tourisme, Haute-Garonne Tourisme, Tourisme du Gers et l'Interprofession des Vins du Sud-Ouest dans le cadre de Vignobles & Découvertes.

## MANIFESTATIONS DÉPARTEMENTALES

### *Fête de la Nature - St Nicolas de la Grave*

**16 juin**

### *Fête du Vin des Coteaux*

### *du Quercy - Castelnau-Montratier*

**10 août**

### *Marché Gourmand au Fort - Montauban*

**31 août**

### *Fête des Vendanges - Albias*

**1er septembre**

### *Bienvenue à la Campagne /*

### *Concours Régional Agricole – Montbeton*

**27 - 29 septembre**



### *Tractomania à Caussade*

**19 – 20 octobre**

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

## MARCHÉ EUROPE

### ESPAGNE

### *Salon Navartur - Pampelune (Navarre)*

**22 – 24 février 2019** / 41 266 visiteurs

Partenaires : Tarn Tourisme, Haute-Garonne Tourisme, Tourisme du Gers. Dégustation de jus de fruits, de Quercy des îles et de macarons de Lauzerte.

### *Salon Ficoba - Irún (Pays-Basque)*

**29 – 31 mars 2019**

Partenaires : Tarn Tourisme, Haute-Garonne Tourisme, Tourisme du Gers. Dégustation de jus de fruits, de Quercy des îles et de macarons de Lauzerte.

### PAYS-BAS

### *Salon Fiets en Wandelbeurs - Utrecht*

**1 – 3 mars 2019**

Représenté par le Comité d'itinéraire du Canal des Deux Mers à vélo

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

## CIBLE PROFESSIONNELS



### WORKSHOPS

#### *Destination Occitanie - Toulouse*

1er avril 2019

Partenaire : l'OTI des 2 Rives.

#### *2ème Workshop Oenotourisme - Bordeaux*

12 mars 2019

Partenaire : Haute-Garonne Tourisme.

#### *Workshop GreenFrance - Vichy*

13 mai 2019

Partenaire : le Pôle de Pleine Nature Midi-Quercy.

#### *Workshop Groupes - Bruxelles*

16 octobre 2019

Partenaire : Tourisme & Territoires.

#### *Workshop Groupes - Auwillar*

13 mai 2019

Partenaires les ADT/CDT d'Occitanie et d'Aquitaine.



### EDUCTOURS

#### *Rendez-vous en France*

15 mars 2019 / 12 participants

#### *Destination Occitanie*

30 mars 2019 / 10 participants

## CIBLE PRESSE ET INFLUENCEURS

### Marché France

#### *DEPTOUR - Paris*

14 - 15 janvier 2019 / 37 journalistes rencontrés.

Rencontres Presse Nationale à Paris, organisées par Tourisme & Territoires.

#### *We are Travel*

11 - 12 avril 2019 / 35 blogueurs rencontrés.

Salon des blogueurs de voyage - Lille

Partenaires : Tarn Tourisme, Haute-Garonne Tourisme, Tourisme du Gers.



## MARCHÉ EUROPE

### BELGIQUE

#### *Workshop Agence Glenaki*

28 février 2019 / 14 journalistes rencontrés.

Partenaires : Tarn Tourisme, Haute-Garonne Tourisme, Tourisme du Gers.



### GRANDE-BRETAGNE

#### *Workshop IMM - Londres*

25 mars 2019 / 23 journalistes rencontrés.

Partenaires : Tarn Tourisme, Haute-Garonne Tourisme, Tourisme du Gers, Atout France.

En 2019, l'ADT a organisé 33 accueils presse, pour 60 journalistes et influenceurs reçus.

Soit un total de plus de 85 articles parus !

- 50 remontées d'informations quotidiennes ont été envoyées.

- 42 communiqués de presse ont été rédigés et transmis aux médias de proximité.

- 10 émissions de télévision ont valorisé notre Destination.



# 60

Journalistes et influenceurs reçus

# 50

Remontées d'infos

# 42

Communiqués de presse réalisés

# 10

Émissions de TV ont valorisé la destination Tarn-et-Garonne

# 545 000

Brochures touristiques diffusées

# 30

Parcours Randoland en Tarn-et-Garonne

## INSERTIONS « SUPPORTS PRINT »

En 2019, nous avons réalisé des insertions dans les guides Le Petit Futé, Un chef, un vigneron ainsi que les Cartes Enform Canal des 2 Mers. En complément, 8 insertions ont valorisé la Destination Tarn-et-Garonne dans la presse espagnole (Diario Vasco) et les médias de proximité (Le Petit Journal : 4 insertions / Le Petit Montalbanais : 3 insertions).

## ÉDITIONS

### Collection de brochures départementales

Comme chaque année, Tarn-et-Garonne Tourisme édite près de 545 000 brochures touristiques, distribuées par les Offices de Tourisme et les professionnels du tourisme. Parmi ces éditions, on retrouve : le magazine La Parenthèse, la carte touristique, la carte randonnées, la carte vélo, la carte de la Véloroute Vallée et Gorges de l'Aveyron, les aires de camping-car, le Tarn-et-Garonne en famille, le catalogue des séjours enfants/ados et adultes, les bases de loisirs "Les pieds dans l'eau", les logis, les brochures professionnelles et les supports du Club des Sites. Les principales éditions sont également traduites en anglais, espagnols et néerlandais.

## RANDOLAND

Un partenariat a été engagé avec l'OTI de la Lomagne tarn-et-garonnaise et le Pays Midi-Quercy dans le but de réaliser 3 nouveaux parcours balades-jeux et découvertes en famille. Ces supports ont été réalisés en mutualisation avec les structures concernées. A ce jour, 30 parcours pour petits et grands existent sur le Tarn-et-Garonne.

## SUPPORTS DE PROMOTION

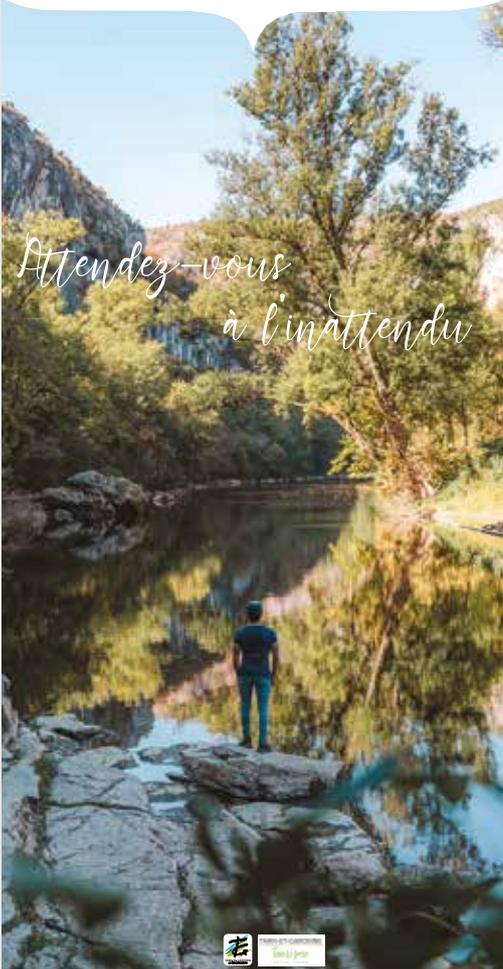
Afin de valoriser la nouvelle signature #Tarn-et-Garonne inattendu et le slogan « Attendez-vous à l'inattendu », une nouvelle collection de 8 visuels a été réalisée ainsi que 6 visuels territoriaux pour les besoins des Offices de Tourisme.

En complément, des Kits Ambassadeur du Tarn-et-Garonne sont proposés aux professionnels, producteurs, et OT qui nous en font la demande. Ces packs offerts comprennent : le prêt d'un visuel, 1 lot de documentation touristique, 1 lot de sacs kraft, 1 affiche 40 x 60 cm, 1 lot de cartes postales et la vidéo de la Destination Tarn-et-Garonne.

Sud-Ouest • Occitanie

**# TARN-ET-GARONNE**  
*inattendu*  
tourisme-tarnetgaronne.fr

*Attendez-vous à l'inattendu*







**# TARN-ET-GARONNE**  
*inattendu*



**# TARN-ET-GARONNE**  
*inattendu*



**# TARN-ET-GARONNE**  
*inattendu*



### CAMPAGNE TV

Dans le cadre de ses actions de notoriété et de séduction des clientèles régionales, la Destination Tarn-et-Garonne a été visible sur l'antenne de France 3 Occitanie du 2 au 15 avril 2019 (50 spots). Ce clip promotionnel de 15 secondes a été diffusé à des horaires stratégiques d'audiences et notamment en amont de la météo régionale et avant la série à succès "Plus Belle la Vie". En complément, le film a été promu sur la plateforme replay de France TV (géolocalisation sur l'Occitanie et la Nouvelle-Aquitaine).

### CAMPAGNE D'AFFICHAGE

Pour conforter l'image et la notoriété du département auprès des clientèles locales (familles, couples de jeunes actifs et seniors), 2 campagnes ont été réalisées sur le réseau d'affichage du département, en partenariat avec la Direction de la Communication du Conseil Départemental. Ces deux thématiques ont valorisé la nouvelle signature « Tarn-et-Garonne inattendu » et les vins du Tarn-et-Garonne.

### MARKETING DIRECT

Dans le cadre des opérations de séduction des nouveaux arrivants en Tarn-et-Garonne (contrat réalisé avec la Poste), nous avons fait l'acquisition d'un fichier des 924 prospects nouvellement arrivés sur le département. Ces foyers ont ainsi reçu une enveloppe personnalisée contenant : 1 magazine La Parenthèse, 1 Tarn-et-Garonne en famille et le flyer dédié à la Carte Ambassadeur.

### INVESTIR LE NUMÉRIQUE

Refonte du site internet

Engagé fin 2018, un long travail de refonte du site a abouti à la mise en ligne (au printemps), d'une nouvelle plateforme web valorisant le tourisme en Tarn-et-Garonne. Ce site a été élaboré avec plusieurs objectifs :

- 1) séduire l'internaute (déclinaison d'une charte graphique classieuse avec iconographie de très belle qualité pour sublimer la destination),
- 2) donner envie à l'internaute de venir en Tarn-et-Garonne pour vivre une expérience unique (présentation spécifique qui permet de décliner

tout un parcours client en termes informatifs),

- 3) l'inciter à la réservation et à le faire consommer à travers tout le territoire (au travers des expériences présentées, des idées de circuits proposées, des offres et produits déclinés),
- 4) faire de lui un ambassadeur afin qu'il partage son vécu sur les réseaux sociaux (mise en valeur des témoignages et avis de touristes).

Le site comporte une entrée « grand public » ainsi que des accès dédiés aux professionnels et aux Offices de Tourisme. Retrouvez le nouvel univers touristique du Tarn-et-Garonne sur [www.tourisme-tarnetgaronne.fr](http://www.tourisme-tarnetgaronne.fr)

### E-MARKETING DE CONQUÊTE

Dans le cadre de notre investissement du numérique et la diffusion d'informations pertinentes, nous avons réalisé un principe de 3 newsletters thématiques correspondant à 3 cibles de clientèles:

- 1) News « Destination Tarn-et-Garonne » : lettre de séduction agrémentée de contenus ciblés et adaptés aux attentes des clientèles (envoi mensuel).
- 2) News « Agenda des sorties en Tarn-et-Garonne » : lettre invitant à la découverte du Tarn-et-Garonne via les fêtes, animations et festivals organisés toute l'année. Cette sélection est extraite des saisies réalisées par les Offices de Tourisme dans le DMS (envoi hebdomadaire).
- 3) News dédiée aux professionnels du tourisme: diffusion d'infos pratiques sur les actions menées par Tarn-et-Garonne Tourisme, mais aussi sur les retombées économiques du tourisme (conjonctures, enquêtes, bilans etc...) – envoi tant que de besoin.

# 50

Spots TV diffusés sur France Télévision

# 924

"Nouveaux arrivants" ciblés

# 1

Nouvelle plateforme web "grand public et professionnels"

# 8 447

Objets d'information diffusés en ligne

## RÉSEAUX SOCIAUX

Depuis plusieurs années déjà, Tarn-et-Garonne Tourisme a développé une stratégie de communication adaptée pour chacun de ses comptes Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, linkedin...

Sur Facebook, 4 pages ont été structurées pour répondre aux attentes de nos followers (page Générique de Destination : + de 8 000 abonnés / page Agenda : + 600 abonnés / page dédiée aux Professionnels : 460 abonnés / page d'offres de réservation : 80 abonnés).

La communauté Instagram de Tarn-et-Garonne Tourisme comporte plus de 5 000 abonnés. Pour l'animer, nous avons créé 4 Instameets (rencontres d'utilisateurs du réseau social Instagram) en partenariat avec les OT des Deux Rives, de la Lomagne Tarn-et-Garonnaise et des Causses et Gorges de l'Aveyron. Un dernier rendez-vous a été organisé à Paris lors de la 20ème édition des Marchés Flottants du Sud-Ouest.



Plus de

# 8000

Followers séduits par la page Facebook Destination

Plus de

# 5000

Abonnés à la communauté Instagram Tarn-et-Garonne Tourisme

Plus de

# 100

Professionnels accueillis lors du premier forum Tourisme et Internet

# 43

Stagiaires formés lors des Rencontres du Tourisme

## DÉVELOPPER UNE CULTURE DE RÉSEAU

### 1<sup>ER</sup> FORUM TOURISME ET INTERNET

Le 16 avril 2019, nous avons lancé le 1er Forum Tourisme & Internet dédié à tous les professionnels du tourisme tarn-et-garonnais, au Domaine de Montels à Albias.

Composé de conférences, d'ateliers, et moments d'échanges, ce forum avait pour but de permettre à chacun de mieux appréhender les nouveaux modes de communication avec notamment :

- la présentation du nouveau site internet Destination Tarn-et-Garonne et des réseaux sociaux en lien avec le tourisme (comment booster ma visibilité et optimiser ma promotion ?),
- le Marketing Expérientiel (avec l'intervention de Ludovic Dublanquet),
- l'importance de l'image et le fait de produire de belles photos (avec les conseils de Patrice Foresti de l'Agence Vent d'Autant),
- l'observation des résultats et des flux touristiques (avec Cécile Demont de Flux Vision Orange).

Cette 1er édition fut un succès avec plus de 100 professionnels accueillis sur la journée.

### RENCONTRES DU TOURISME

En complément du Forum, nous avons organisé des sessions de travail le temps d'une demi-journée voire une journée, afin de donner des infos pratiques aux professionnels du tourisme sur des sujets incontournables du moment. Qualifier nos prestations communes et constituer un effet « réseau » sont les composantes premières de ces sessions. En 2019, 8 dates ont été programmées pour un total de 43 stagiaires. Thèmes valorisés : Atelier dédié à l'image et l'importance de la photo sur nos supports de communication actuels (15 participants) / Atelier sur les bonnes pratiques d'utilisation du DMS Constellation (18 participants) / Atelier sur les bonnes pratiques d'utilisation de différents outils liés aux réseaux sociaux dans le cadre d'une stratégie numérique de destination (10 participants).



# METTRE EN PRODUCTION ET EN COMMERCIALISATION UN POTENTIEL TOURISTIQUE DE QUALITÉ

## PLACE DE MARCHÉ

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

Plus que jamais, les touristes préparent et réservent leurs vacances directement sur internet. Il est donc primordial pour les prestataires touristiques d'être référencés de façon optimale: présentation détaillée, attractive et à jour, recherches multicritères, géo-localisation, modes de réservation...

Tous canaux confondus (ADT82, Elloha, Expedia, sites prestataires...), la Place de Marché a généré 2 437 réservations en 2019 contre 837 en 2018.



Le Service Réservation a réalisé 374 réservations et 28 dossiers groupes soit un potentiel de 995 personnes accueillies en groupe (en partenariat avec les Offices de Tourisme et prestataires locaux).

En 2019, le service de gestion des réservations pour les propriétaires souhaitant déléguer la commercialisation de leur gîte comptabilisait 192 structures.

S'agissant des éditions « séjours », l'absence du catalogue Junior du CRT nous a obligé à éditer une brochure pour les vacances et stages des 3-17 ans en mutualisation avec le Tarn, la Haute-Garonne et le Gers. Ceci complète notre catalogue « Séjours enfants » et « Idées séjours pour adultes ». En 2019, nous avons bénéficié d'une valorisation de 3 produits dans le catalogue « Week-ends de Rêve » édité par le CE Airbus et le CRT.

## MISSION PRODUCTION AU NIVEAU DÉPARTEMENTAL

- Séjours enfants (5 prestataires et 10 produits différents).
- Séjours individuels (20 prestataires et 25 produits différents).
- Séjours thématiques oenotourisme (prestataires labellisés Vignobles & Découvertes).
- Partenariats avec les OT et des professionnels hôteliers qui n'ont pas l'immatriculation pour commercialiser des produits touristiques et des séjours/journées pour groupes et individuels.

## AU NIVEAU RÉGIONAL :

- CE Airbus (3 produits packagés commercialisés via Airbus).
- L'Agence Evazio : commercialisation de 2 produits le long du Canal des 2 Mers.
- Via le Comité Régional du Tourisme d'Occitanie sur internet ainsi que des actions de conquêtes sur les marchés internationaux (presse et professionnels).



## AU NIVEAU NATIONAL ET INTERNATIONAL :

Pour une visibilité accrue sur les marchés anglais, néerlandais, américains et belges, des partenariats ont été conclus avec plusieurs Agences de Voyages et Tours Opérateurs spécialisés en locatif et offres de séjours. 19 prestations référencées (Brittany Ferries, Belvilla, Expedia, Evazio).

## ACTIVITÉ GROUPES ET SÉMINAIRES

- Réalisation annuelle d'une brochure groupe diffusée à plus de 600 prospects et d'un manuel des ventes groupes destiné aux professionnels du tourisme.
- En termes de production, le service dispose d'un potentiel de 23 produits groupes clés en main et adaptés à tous les budgets.
- Un service sur-mesure pour la clientèle groupe loisirs, mais aussi les séminaires pour les entreprises.
- Promotion de la Destination Tarn-et-Garonne sur des Workshops professionnels et lors d'éductours.

# 2 437

Réservations sur la Place  
de Marché Tarn-et-Garonne

# 995

Personnes accueillies en groupe

# OBSERVER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU TOURISME EN TARN-ET-GARONNE



## BILAN DE L'ANNÉE TOURISTIQUE 2019

A l'image des autres départements d'Occitanie, le bilan annuel 2019 est assez mitigé pour le département du Tarn-et-Garonne. Sur l'avant saison, le mois de juin a bénéficié globalement d'une bonne fréquentation grâce aux week-ends prolongés de l'Ascension et de Pentecôte. Les épisodes caniculaires sur le mois de juillet, largement relatés dans les médias, ont fortement impacté à la baisse la fréquentation globale de la saison. Les touristes ont préféré partir dans des régions plus tempérées (en Bretagne par exemple).

Malgré cette baisse des arrivées en pleine saison, grâce à la clientèle locale et de proximité (en particulier en provenance de Haute-Garonne), le bilan annuel est positif pour certaines activités. Au niveau des étrangers, comme sur le reste de l'hexagone, la clientèle britannique est en baisse mais reste la première clientèle étrangère venant dans le département.

# 5 306 000

Nuitées touristiques

# 326 502

Nuitées hôtelières

# 187 384

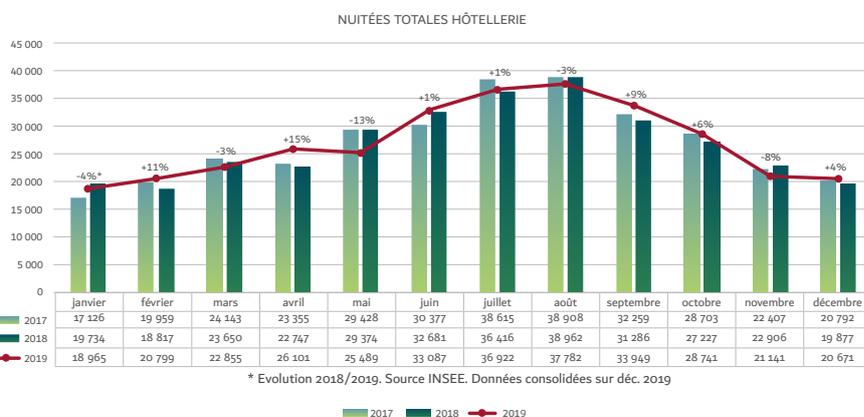
Nuitées campings

# 63%

Clientèle française

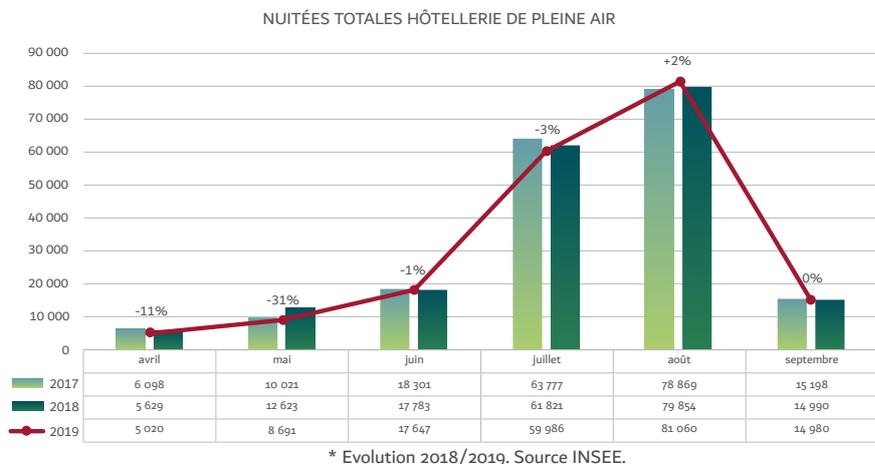
# 37%

Clientèle étrangère



## HÉBERGEMENTS

Hôtels : Malgré une baisse des arrivées en pleine saison, le bilan annuel est positif pour l'hôtellerie qui enregistre un nombre global de nuitées en légère hausse sur l'année et un taux d'occupation en hausse de 1 point (57%) grâce à une bonne fréquentation sur les ailes de saison (avril et d'octobre en particulier).



## CAMPINGS

Une baisse de fréquentation dans les campings sur la saison 2019 due à une diminution de la clientèle française (-8% de nuitées) alors que les nuitées des clients étrangers augmentent grâce aux clientèles espagnole et néerlandaise qui sont en hausse. Le taux d'occupation perd près de 1 point et passe à 23,7% au global sur la saison d'avril à septembre.

## INFORMATIONS ET LOISIRS

Offices de Tourisme : Même si la saison de mai à septembre 2019 fut satisfaisante, sur l'année on note une baisse de -2% du volume de tous types de contacts. 6 offices de tourisme sur 10 confirment cette baisse.

## SITES ET MONUMENTS

Après une hausse en 2018, ces derniers enregistrent au global une baisse de fréquentation sur 2019 soit -5% pour les sites et -8% pour les châteaux. Les musées quant à eux enregistrent une hausse de +4% des entrées. La saison 2019 reste très disparate selon les sites.

## FESTIVALS ET ANIMATIONS

La fréquentation globale des manifestations est en hausse, +9% pour les manifestations culturelles et sportives, +7% pour les manifestations économiques et festives. Le bilan

est plus mitigé pour les manifestations culturelles avec une baisse de -29%. Citons « Montauban en scène » qui est la manifestation la plus fréquentée avec 45 000 participants (+28%/2018).

## LIEUX DE BAINADE

La fréquentation des Bases de Loisirs est en baisse hormis sur Montaigu plage (+2%), Parisot (+24%), et +52% pour la Base du Tarn et de la Garonne à Saint-Nicolas-de-la-Grave. Les piscines enregistrent quant à elles une baisse globale de -3,6%.

## GRANDS ITINÉRAIRES

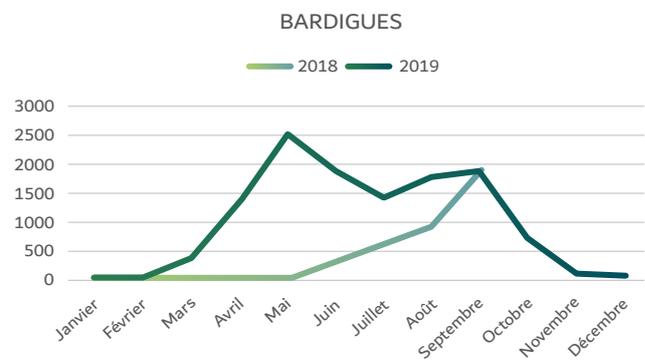
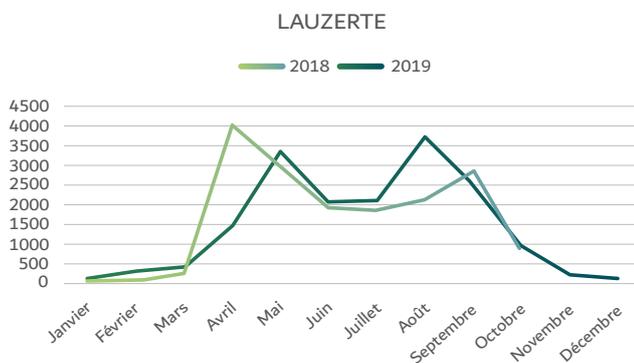
**Vélo Voie Verte** : Le volume de passages est en hausse de 1% pour le Canal des 2 mers à vélo avec 411 700 passages comptabilisés. Le mois d'août est toujours très fréquenté (+ de 74 500 passages).



2019	RD 200						RD 201	
	Grisolles	Montech Sud	Montech Nord	Castelsarrasin	Saint-Nicolas	Valence	Montech Est	Montauban
janvier	828	971	851	2 002	548	636	992	1 233
février	1 961	2 969	2 398	4 287	1 525	1 586	3 068	3 746
mars	2 363	3 564	2 882	5 360	2 223	1 928	3 720	4 348
avril	2 417	3 700	3 113	5 934	2 710	2 594	3 044	3 604
mai	3 374	5 806	5 006	7 667	4 348	3 624	4 479	5 165
juin	4 782	7 116	6 298	9 249	5 589	4 895	5 539	5 586
juillet	5 192	6 579	7 144	12 736	7 491	6 193	5 938	6 766
août	6 748	9 153	10 085	15 330	9 135	7 934	7 285	8 875
septembre	3 973	6 720	6 377	11 328	6 081	5 286	5 595	6 609
octobre	2 710	3 667	3 532	6 358	2 821	2 336	3 586	4 283
novembre	1 254	1 672	1 128	3 069	678	659	1 262	1 793
décembre	1 238	1 647	1 318	5 411	806	733	1 551	2 004
<b>Total 2019</b>	<b>36 840</b>	<b>53 564</b>	<b>50 132</b>	<b>88 731</b>	<b>43 955</b>	<b>38 404</b>	<b>46 059</b>	<b>54 012</b>
Moyenne	3 070	4 464	4 178	7 394	3 663	3 200	3 838	4 501
Fréquentation 2018	39 533	52 107	46	84 878	45 331	41 383	45 913	52 751
Evol. 2018/2019	-7%	3%	7%	5%	-3%	-7%	0%	2%

## GR65

Très bonne fréquentation en particulier en août sur le secteur de Lauzerte. Pour le secteur de Bardigues, malgré une panne de compteur en 2018 qui rend la comparaison difficile, la fréquentation semble tout de même en hausse. Au total, ce sont plus de 29 580 passages qui sont enregistrés sur ces deux secteurs.



2018 : Problème technique sur les compteurs

## CANAL DE GARONNE

Avec 6 540 passages aux écluses, le trafic des bateaux est en baisse en particulier sur les mois de juin et d'août malgré une avant saison assez stable et un bon mois de juillet.

# BILAN FLUX VISION ORANGE

## BILAN DE L'ANNÉE TOURISTIQUE 2019

Le volume total des nuitées 2019 en Tarn-et-Garonne est de **7 154 000 nuitées** dont **5 306 000 nuitées touristiques** stricto sensu (en progression de 517 000 par rapport à 2018). Pour mémo : dans Flux Vision Tourisme, la notion de « nuitées touristiques » concerne le tourisme de loisirs, le tourisme dit affinitaire (familles, seniors...) et les déplacements professionnels en courts ou moyens séjours.

La notion « d'Habituellement présents » concerne les personnes en résidence secondaire, les travailleurs saisonniers, les étudiants, les apprentis longs séjours).

En 2019, le poids des **clientèles françaises** a progressé de 4 points passant à **63%** du nombre de nuitées. En revanche, le nombre des **clientèles étrangères** a diminué de 4 points, passant ainsi à un total de **37%**.

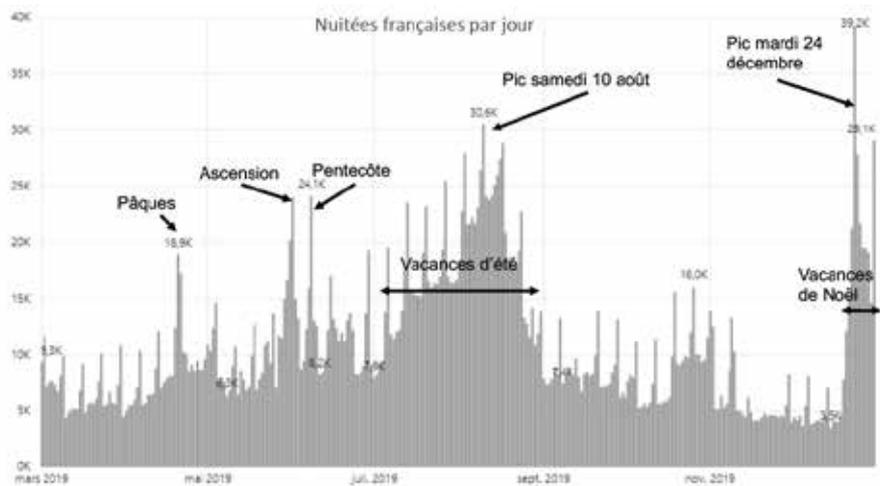
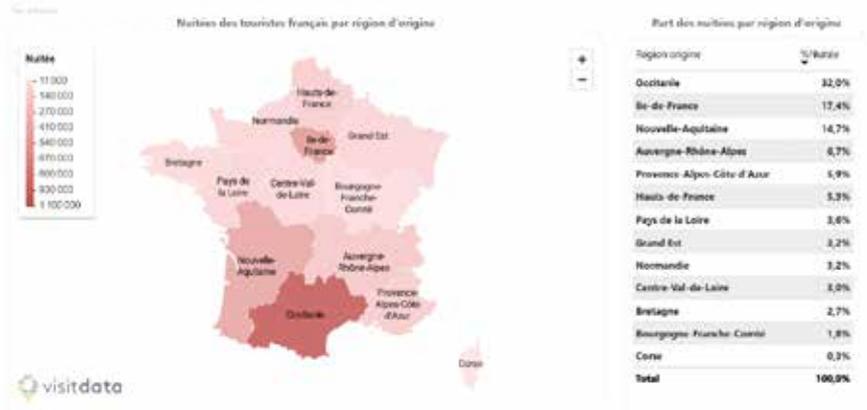
## CLIENTÈLES FRANÇAISES

Au quotidien, la courbe des nuitées de touristes français suit celle des vacances scolaires et notamment les fêtes de fin d'année (Noël et réveillon de la Saint-Sylvestre), avec une forte saison estivale (55% des nuitées sont réalisées sur les mois de juillet et août).

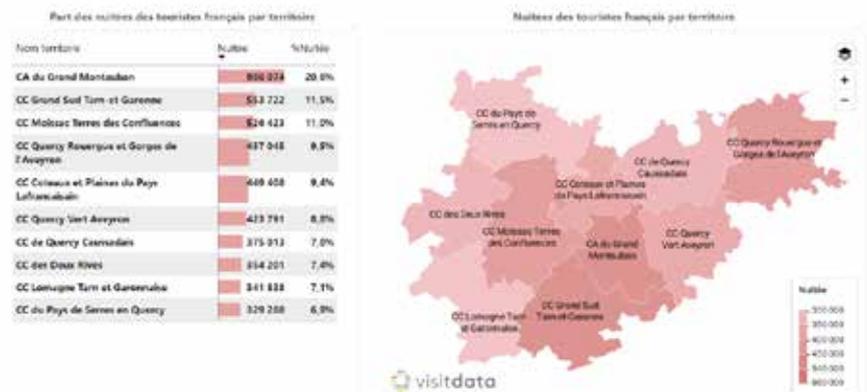
A noter une bonne fréquentation sur les ponts et jours fériés en avant saison.

Tous les pics de fréquentation sont sur les samedis hormis pendant les vacances de Noël sauf le 24 décembre avec un pic de fréquentation maximum de 39 163 nuitées.

Top 5 des départements français qui viennent en Tarn-et-Garonne : Haute-Garonne principalement puis Gironde, Paris, Tarn et Lot-et-Garonne. Dans le Top 5 des régions françaises venant en Tarn-et-Garonne on retrouve : l'Occitanie (32%),



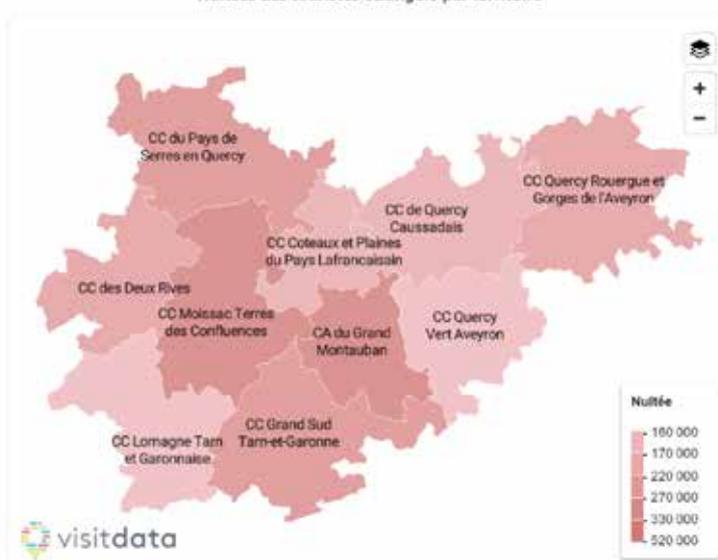
Parmi les nouvelles données fournies par Flux Vision Orange, nous avons désormais la répartition du nombre de nuitées touristiques des clientèles françaises par territoire. Dans le trio de tête, on note les territoires du Grand Montauban avec 986 074 nuitées, Grand Sud Tarn-et-Garonne avec 553 722 nuitées et Moissac Terres des Confluences avec 526 423 nuitées.



Part des nuitées des touristes étrangers par territoire

Nom territoire	Nuitée	%Nuitée
CA du Grand Montauban	524 516	19,6%
CC Moissac Terres des Confluences	358 921	13,4%
CC Grand Sud Tarn-et-Garonne	309 547	11,6%
CC du Pays de Serres en Quercy	292 994	11,0%
CC Quercy Rouergue et Gorges de l'Aveyron	239 141	9,0%
CC des Deux Rives	232 219	8,7%
CC de Quercy Caussadais	209 497	7,8%
CC Coteaux et Plaines du Pays Lafrançaisain	189 712	7,1%
CC Lomagne Tarn et Garonnaise	157 203	5,9%
CC Quercy Vert Aveyron	156 239	5,9%
<b>Total</b>	<b>2 669 989</b>	<b>100,0%</b>

Nuitées des touristes étrangers par territoire



## CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

La fréquentation du Tarn-et-Garonne par les clientèles françaises se déroule majoritairement hors vacances scolaires (53,9%). La part des touristes étrangers en période de vacances scolaires représente 46,1%.

Sur les mois de mai à septembre, c'est la clientèle britannique qui est la plus importante. Quant aux hispaniques, ils fréquentent la Destination de manière plus régulière tout au long de l'année.

Dans le Top 3 de la fréquentation de cette période, on retrouve les vacances d'été (58% des nuitées), suivie de celles du printemps (17%) puis Noël / Toussaint avec respectivement 8 et 9%. Top 5 des pays étrangers qui séjournent le plus en Tarn-et-Garonne (en nuitées touristiques) : Royaume-Uni (14,1%), Espagne (12,4%), Pays-Bas (9,9%), Belgique (7,9%) et Allemagne (7,2%).

A l'instar de la répartition du nombre de nuitées touristiques des clientèles françaises par territoire, c'est celui du Grand Montauban qui arrive en tête avec 524 516 nuitées étrangères.

Nuitées des touristes - Clientèles étrangères par pays d'origine



Provenance des excursionnistes



Part des territoires de provenance

Territoire de provenance	Visite	%Visite
Toulouse Métropole	1 621 677	31,2%
Reste Haute-Garonne	1 025 617	19,7%
Agen	407 145	7,8%
Reste Tarn	355 386	6,8%
Reste Lot-et-Garonne	327 323	6,3%
Tarn et Garonne	292 464	5,6%
Lot	286 786	5,5%
Cahors	278 289	5,4%
Reste Gers	217 989	4,2%
Aveyron	213 149	4,1%
Albi	135 351	2,6%
Auch	32 705	0,6%
<b>Total</b>	<b>5 193 881</b>	<b>100,0%</b>

Clé de lecture : La provenance d'un excursionniste est le territoire/la commune de sa nuitée le matin.

## EXCURSIONNISTES EN TARN-ET-GARONNE

A partir de cette année 2019, nous pouvons désormais quantifier le nombre de visites réalisées par les excursionnistes français et étrangers. Ainsi, plus de **10 000 000 de visites** ont été réalisées en Tarn-et-Garonne par des excursionnistes **français (8 683 000 visites) et étrangers (1 678 000 visites)**.

Les pics de fréquentation ont lieu majoritairement les samedis et dimanches en période estivale.

La provenance des excursionnistes est originaire à **50,9% de la métropole de Toulouse et de la Haute-Garonne** dans sa complétude, puis à **14,1% d'Agén et le Lot-et-Garonne**, **9,4% du Tarn et d'Albi**, et **du Tarn-et-Garonne pour 5,6%**.

# PÔLE INGÉNIERIE

## DÉVELOPPER ET QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE

Accompagner les porteurs de projets publics 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 Ingénierie.

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

Ses axes stratégiques :

- Le chemin de Saint-Jacques de Compostelle
- La vélo voie verte du canal des deux mers
- La véloroute de la vallée et gorges de l'Aveyron
- La route d'Artagnan

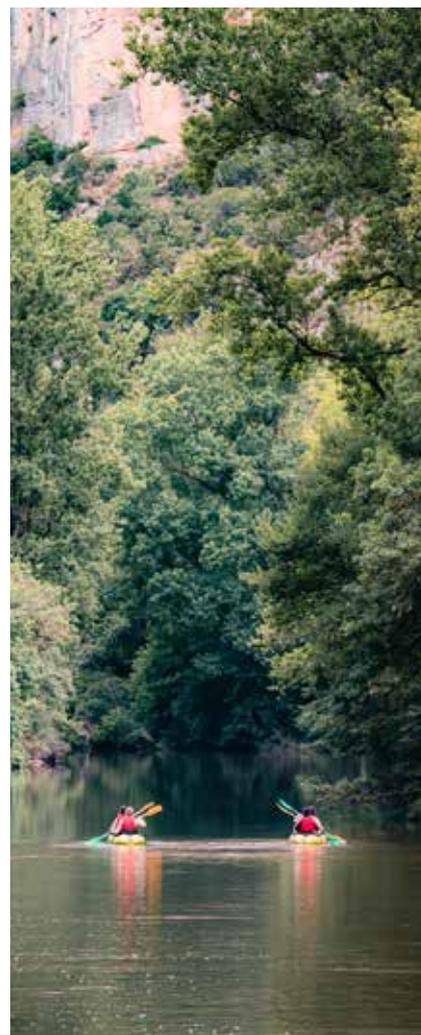


Le Pôle Ingénierie qualifie l'offre touristique en lien avec le déploiement de démarches de qualité de la politique régionale **GRANDS SITES D'OCCITANIE**, le **CLASSEMENT DES MEUBLES DE TOURISME** et **CHAMBRES D'HÔTES** par le développement des marques, référentiels et labels **CLÉVACANCES**, **TOURISME ET HANDICAP**, **ACCUEIL VÉLO**, **STATION VERTE**... Il structure et anime les filières touristiques des professionnels avec le **CLUB DES SITES** et la **CARTE AMBASSADEUR**.

Il anime et accompagne le réseau des **10 OFFICES DE TOURISME** du Tarn-et-Garonne, en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme.

Enfin, le Pôle Ingénierie 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 & DÉCOUVERTE** (AOP FRONTON – AOP COTEAUX DU QUERCY).

Nous vous présentons ici le bilan des actions menées en 2019, actions qui combinent stratégie, actions opérationnelles et innovation, en coopération permanente avec le Comité Régional du Tourisme, les chambres de commerce, les Offices de Tourisme et les communautés de communes en concertation avec les élus locaux.



# ITINÉRANCES DOUCES



## CHEMIN VERS SAINT-JACQUES DE COMPOSTELLE

Tarn-et-Garonne Tourisme intervient sur cet itinéraire pédestre à haute valeur culturelle et touristique, au niveau de son balisage, son confort et sa sécurisation.

Travail avec la Communauté de Communes des 2 Rives sur la sécurisation de l'itinéraire entre Pommevic et Espalais. En effet la communauté de Communes en charge de sa voirie, a conventionné avec les propriétaires riverains afin de proposer un linéaire sécurisé sur les parcelles longeant la route communale entre Pommevic et Espalais.

Suite à la dénonciation d'une convention de passage par un propriétaire sur la commune de Durfort-Lacapelette, une modification de l'itinéraire par conventionnement avec un nouveau propriétaire a été réalisée par la Brigade verte du Conseil Départemental.

Les travaux de sécurisation sur le tronçon de Saint-Amans-de-Pellagal ont été réalisés par les services techniques et la Brigade verte du Département. Un engazonnement sera effectué au Printemps prochain.



Le tronçon entre Auvillar et Bardigues est toujours en cours de réflexion, car les contraintes techniques pour passer sous le pont de l'autoroute ne sont pas résolues à ce jour.

Suite à la publication du cahier des charges pour le volet interprétation et valorisation, l'analyse des offres est en cours pour la sélection du bureau d'étude.

En Tarn-et-Garonne, il y a **68 km** de parcours  
**17 396** passages du GR 65 sur Lauzerte  
**1.5 km** de tronçon sécurisé  
**4.5 km** en cours de sécurisation  
**7 haltes de repos** et aires de pique-niques installées

## ROUTE D'ARTAGNAN

Tarn-et-Garonne Tourisme, en qualité de coordinateur du projet, travaille avec les intercommunalités de la **LOMAGNE TARN-ET-GARONNAISE** (23 km), **TERRES DES CONFLUENCES** (44 km) et du **PAYS LAFRANCAISIN** (27 km) sur les derniers détails relatifs au tracé.

Des actions de réappropriation du domaine public et de conventionnement avec les privés, ont été menées en concertation entre Tarn-et-Garonne Tourisme et les Intercommunalités.

La traversée de Garonne aux abords de Castelsarrasin, pose encore quelques difficultés foncières.

Une ouverture des chemins est prévue pour le 1er trimestre 2020.

A noter que le balisage sera réalisé par le comité départemental de la randonnée pédestre et financé par la réserve d'argent qu'avait le comité de départemental de tourisme équestre lors de sa dissolution.

## LA ROUTE D'ARTAGNAN

L'ambition de la route européenne d'Artagnan est de proposer une expérience équestre et culturelle de qualité, à la découverte des patrimoines sur les traces du célèbre mousquetaire. L'itinéraire part de Lupiac dans le Gers jusqu'à Maastricht aux Pays-Bas. Tarn-et-Garonne Tourisme a été sollicitée pour son développement dans le Tarn-et-Garonne en passant par Lavit-de-Lomagne, Castelsarrasin, Moissac, et Lafrançaise.



## VALLÉE ET GORGES DE L'AVEYRON A VÉLO

Dans le projet de coopération sur la vélo route Vallée et Gorges de l'Aveyron entre le Département, le PETR Midi Quercy et la communauté de communes Quercy Rouergue et Gorges de l'Aveyron, était convenue la pose de la signalétique de la vélo route + 11 boucles cyclables sur le territoire de Quercy Rouergue Gorges de l'Aveyron.

Pour ce faire, des conventions annexées de cartes des boucles ont été élaborées pour chaque commune impactée. Ces conventions ont été signées par le conseil départemental lors de la dernière session du BP 2019, également par le PETR, la communauté de communes QRGa et les communes concernées.

Édition d'une carte spécifique à la vélo route fin juin.

Pose de la signalétique sur les 11 boucles de la communauté de commune QRGa

Travail en cours sur les 6 RIS indiquant les boucles locales

Mise en ligne sur le site [www.nationalfrancevelotourisme.com](http://www.nationalfrancevelotourisme.com) de l'itinéraire Vallée & Gorges de l'Aveyron à vélo.

## ITINÉRAIRE CONQUES À TOULOUSE

Le département de Tarn-et-Garonne, avec ceux du Tarn et de l'Aveyron, ont été sollicités par la Haute-Garonne, afin de travailler ensemble sur l'itinéraire de randonnée reliant Conques à Toulouse.

En effet, cet itinéraire lancé en 2011, ne connaît pas le succès escompté. Cela s'explique par plusieurs facteurs (il s'agit de l'association de plusieurs tronçons de différents chemins de grandes randonnées et surtout il n'a aucune dynamique commerciale).

Le Tarn-et-Garonne est impacté par 6 kilomètres à Laguépie via le GR36.

- › Objectif : dynamisation de l'itinéraire lancé en 2011
- › Acteurs des COTECH et COPIL : Les Conseils départementaux de Tarn-et-Garonne, Haute-Garonne, Tarn et Aveyron et les ADT/CDT.
- › Constitution d'un COTECH « qualification de l'offre » et d'un COTECH « communication », travail sur l'identité de l'itinéraire et diagnostic des aménagements existants.

## VÉLOROUTE V87 DE MONTLUÇON À MONTAUBAN

Participation à un comité d'itinéraire Véloroute V87 à Tulle en Corrèze le 24 octobre dernier.

L'objectif de cette rencontre était que chaque département présente le tracé de la Véloroute et les aménagements sur son territoire.

En Tarn-et-Garonne, la véloroute arrive du Lot depuis Labarthe pour descendre sur Montauban via Vazerac et Lafrançaise.

(47km). La connexion se ferait à Port Canal à Montauban.

L'itinéraire est à l'étude et n'est pas aménagé à ce jour en Tarn-et-Garonne.



## VÉLO VOIE VERTE DU CANAL DES DEUX MERS

De l'atlantique à la Méditerranée, sur près de 800 km, 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 km 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.

En 2018, le pilotage du comité d'itinéraire, créé à l'initiative de Tarn-et-Garonne Tourisme et associant 7 départements et 2 régions, a été transmis au Conseil Départemental 31. Tarn-et-Garonne Tourisme, participe activement aux comités techniques de l'itinéraire.

## LES CHIFFRES





## ACCOMPAGNEMENT DES COLLECTIVITÉS

En 2019, Tarn-et-Garonne Tourisme a été sollicitée pour accompagner plusieurs projets de territoire.

- › Travail avec la communauté de communes Grand Sud Tarn-et-Garonne, diagnostic de leur réseau de randonnées pédestres suite à la fusion de 3 anciens territoires (Communauté de communes du Pays de Garonne et de Gascogne, CC du Terroir Grisolles / Villebrumier et CC Garonne et Canal, loi NOTRe).
- › Travail avec la communauté de communes Quercy vert Aveyron sur l'état des lieux de leur maillage de randonnée pédestre suite à la fusion entre la communauté des communes Terrasses et vallée de l'Aveyron et la communauté de communes du Quercy Vert (loi NOTRe).

## GRANDS SITES OCCITANIE

Au nombre de 4 en Tarn-et-Garonne les Grands Sites d'Occitanie sont des bijoux à découvrir.

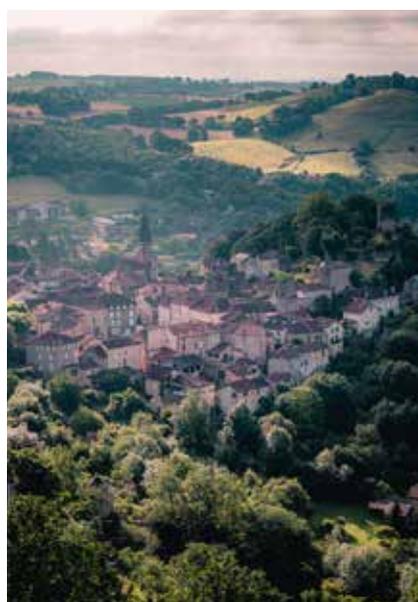
En 2019, Tarn-et-Garonne Tourisme a participé et suivi les comités techniques et de pilotage des Grands Sites Occitanie.

- › Bastides et Gorges de l'Aveyron, Saint-Antonin-Noble-Val – Caylus
- › Le Grand Montauban
- › Cordes sur Ciel et les Cités Médiévales, Bruniquel
- › Moissac, Lauzerte, Auvillar

Actuellement, l'Occitanie est la 11<sup>ème</sup> destination européenne avec 30 millions de visiteurs par an et le tourisme est son deuxième secteur d'activité (108 000 emplois). Le cap est fixé: intégrer le top 10 des destinations européennes d'ici 2021, en mettant en valeur les sites patrimoniaux, culturels, naturels et historiques occitans. Chaque Grand Site est conçu avec un "cœur emblématique" et une "zone d'influence", dans le but de créer des dynamiques dans l'ensemble de la région.

## ACCOMPAGNEMENT ET SUIVI DE PROJETS TOURISTIQUES

En 2019, Tarn-et-Garonne Tourisme a accompagné et suivi multiples projets touristiques :



### Portages publics

- › La pente d'eau de Montech, suivi projet aménagement + accompagnement futur Office de Tourisme Intercommunautés
- › La grotte de Bruniquel
- › Domaine des apprentis d'Auteuil à Durfort-Lacapelette
- › Commune de Grisolles, projet Vivez Garonne
- › Gîte communal à Montain
- › Gîte communal à Saint-Michel

### Portages Privés

- › Projet Hôtel de la Poste à Montauban
- › Hôtel « Le Félix » à Castelsarrasin
- › Projet extension de L'Abbaye des Capucins à Montauban
- › Restaurant à Nègrepelisse
- › Projet aménagement du camping Latapie à Vazerac
- › Village vacance Le Lomagnol à Beaumont de Lomagne (24 gîtes)
- › Projet de Tiny House flottante sur le Canal (Montauban-Montech)
- › Projet Agro-Tourisme à Beaumont de Lomagne
- › Projet « cabinet de curiosités » à Bioule
- › Varennes, accompagnement de mise en accessibilité d'un hébergement
- › Projets gîtes (Montain, Vigeron, Montauban)

# QUALIFICATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE



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 référentiels et des labels: **Clévacances, Meublés de Tourisme, Chambres d'Hôtes Référence, Tourisme & Handicap, Accueil Vélo, Station Verte, Qualité Tourisme Sud de France...**

## 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), caveau et point de vente, sites touristiques, activités de pleine nature, bars/café).

## \*QUALITÉ TOURISME OCCITANIE SUD DE FRANCE

- › Domaine de Revel
- › La ferme du Ramier
- › Le musée du Vieil Auvoisin
- › Les lavandes du Quercy
- › Le conservatoire des métiers d'autrefois

## LES MARQUES, RÉFÉRENTIELS ET LABELS



## TOURISME & HANDICAP

Suite à la suppression au 1er janvier 2019 de la compétence tourisme des DIRECCTE, en charge de l'attribution de la marque d'État "Tourisme et Handicap", la Fédération Nationale des ADT et CDT (Tourisme et Territoires) a été mandatée par la DGE (Direction Générale des Entreprises) pour assurer à ses côtés, la gestion de la marque en remplacement des DIRECCTE.

Une nouvelle organisation territoriale est actuellement en cours de réflexion et de validation avec les référents des 6 départements suivants: Tarn-et-Garonne, Tarn, Haute-Garonne, Gers, Ariège et Haute Pyrénées.

Haute-Garonne Tourisme sera le référent de cette organisation territoriale et assurera la gestion et le suivi de commissions définies sur le même principe de fonctionnement que les commissions régionales.

## ANIMATION ET ACCOMPAGNEMENT

### ANIMATION CLÉVACANCES

Tarn-et-Garonne Tourisme apporte un accompagnement personnalisé aux prestataires labellisés Clévancances.

En 2019, un éducteur organisé à Montpezat-de-Quercy en partenariat avec l'office de tourisme Intercommunale du Quercy Caussadais.

Au cours de cette journée, une quinzaine de prestataires a été accueilli au village vacances du Faillal (labellisé Clévancances) pour un petit-déjeuner et une visite du site. La matinée s'est poursuivie avec la visite de la cave coopérative des Vignerons du Quercy (labellisée Vignobles & découverte), avant de prolonger les discussions autour d'une bonne table, à la cantina de carcin (labellisée Vignobles & Découverte). Enfin l'après-midi, la visite de la collégiale Saint-Martin avec sa somptueuse collection de tapisserie flamande est venue conclure cette journée, très appréciée par tous.



### HIGH HOSPITALITY

Faire la différence par le service et l'accueil, c'est l'objectif que poursuit le programme High Hospitality. Ce programme a été initié en 2018 par la CCI, en partenariat avec Tarn-et-Garonne Tourisme. En 2019 un nouveau programme de 5 éducteurs professionnels a été lancé, pour une meilleure connaissance du territoire.

Programme des 5 éducteurs :

- › Découverte de la Chapelle de Lapeyrouse à Lafrançaise et du Domaine de Gazania à Labastide du Temple
- › Escape Game Room Agency à Montauban
- › Visite guidées du Château de Gramont et du Musée du miel
- › Visites de Cordes-Tolosanes, de l'Abbaye de Belleperche et de Labourgade
- › Visites d'un chapelier et d'un formier à Caussade

## OFFICES DE TOURISME

En 2019, le Pôle Ingénierie a accompagné 3 Offices de Tourisme au classement :

- › GRAND MONTAUBAN (cat.1)
- › SAINT-ANTONIN-NOBLE-VAL (cat.1)
- › CAUSSADE (cat.2)

Il a également accompagné les Offices de Tourisme de Saint-Antonin-Noble-Val, des Deux Rives et du Grand Montauban à la marque Qualité Tourisme.

En sa qualité, il suit et accompagne les projets d'aménagements des nouveaux offices de tourisme de Montech et de Lauzerte.

En mars 2019, une bourse d'échange de documentation organisée par Tarn-et-Garonne Tourisme, en partenariat avec l'OTI du Grand Montauban, a rassemblé Offices de Tourisme et prestataires, (70 personnes, 40 exposants) à l'Espace Valorem de Sapiac à Montauban. Au cours de cette journée conviviale, la visite de la ville de Montauban ainsi que du chantier du Musée Ingres-Bourdelle ont été organisées.



## CLUB DES SITES CARTE AMBASSADEUR

Etre ambassadeur du Tarn-et-Garonne c'est profiter de belles opportunités pour mieux connaître son département et surtout le faire découvrir à ses proches, amis et touristes.

350 cartes ambassadeurs ont été distribuées en 2019.

En novembre la réunion annuelle du Club des Sites s'est tenue à Saint-Porquier avec les 31 sites membres.

En avril, la bourse d'échange dédiée au Club des sites s'est déroulée au Domaine de Montels à ALBIAS en avril.

# ŒNOTOURISME



## ŒNOTOURISME

La filière œnotourisme a été retenue par Tarn-et-Garonne Tourisme comme prioritaire en réponse au contexte régional qui place la Région Occitanie au 1<sup>er</sup> rang mondial des destinations viticoles. Le label **Vignobles et Découvertes**, au service de l'œnotourisme, permet le développement d'une offre touristique attractive autour d'une destination viticole.

Le Tarn-et-Garonne compte six appellations sur son territoire : l'AOP Fronton, AOP Coteaux du Quercy, AOP Brulhois, AOP Saint-Sardos, IGP Lavilledieu, Coteaux et Terrasses de Montauban, IGP Comte Tolosan.



### AOP FRONTON

En 2018, la destination touristique VIGNOBLE DE FRONTON AU CŒUR DU SUD-OUEST a obtenu le label VIGNOBLES & DÉCOUVERTES avec 60 partenaires touristiques et viticoles. Afin de célébrer cette labellisation, les acteurs du Frontonnais se sont réunis en juin 2018 à la Maison des vins de FRONTON.

### ACTIONS D'ANIMATION 2019

- **Avril** : Éductour sur la destination V&D à Saint Chinian
- **Mai** : ateliers avec les prestataires labellisés

- **Juin** : COPIL V&D (bilans des actions, projets itinérance et signalétique)
- 2 journées de rencontres prestataires (+ 6 nouveaux candidats)
- 6 COTECH + 2 réunion de travail (Plan d'actions et candidature V&D, rencontres partenaires, éductour, éditions...)



### AOC COTEAUX DU QUERCY

L'appellation AOC COTEAUX DU QUERCY s'étend du sud de CAHORS au nord de MONTAUBAN, sur 38 communes réparties dans deux départements, le Lot et le Tarn-et-Garonne, et compte 18 vigneron, une cave coopérative et un lycée agricole.

L'AOC COTEAUX DU QUERCY a obtenu la labellisation VIGNOBLES & DÉCOUVERTES en mai 2019 avec 63 partenaires engagés dans la démarche.

### ACTIONS D'ANIMATION 2019

- **Mai** : journée de rencontre / ateliers V&D,
- **Juin** : lancement officiel et remise des plaques
- 4 comités techniques

- (Eductour Clévacances thème œnotourisme sur le vignoble du Quercy)
- **Novembre** : journée d'échanges V&D à la cuisine de Nègrepelisse (Bilan des actions passées et futures, atelier de travail, éductour)

### VINS DU TARN-ET-GARONNE

En 2019, l'œnotourisme a été valorisé sur différents salons par Tarn-et-Garonne Tourisme et/ou avec la Fédération des Vins de Tarn-et-Garonne (Salon du Tourisme de Nantes, Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris, Salon Vins et Terroirs à Toulouse), ainsi que sur toutes les manifestations d'intérêt départementales.

Tarn-et-Garonne Tourisme était présente au Workshop, organisé par need-wine à Bordeaux pour valoriser les destinations.

### PROJET DE COOPÉRATION LEADER ŒNOTOURISME

Un projet de coopération œnotourisme Leader a été lancé en septembre 2018 par Tarn-et-Garonne Tourisme en partenariat avec Haute-Garonne Tourisme, Lot Tourisme et Lot-et-Garonne tourisme ainsi que 5 groupes d'actions locales (GALS). Une convention de partenariat a été signée dans le but de mutualiser les moyens sur la qualification, la promotion et la diversification de l'offre œnotouristique sur les 6 appellations concernées par le Tarn-et-Garonne.

- **Janvier 2019** : dépôt d'une demande de subvention auprès de la région Occitanie, avis favorable de la commission régionale en décembre, subvention accordée : 20k€
- Présentation du projet aux comités de programmation des Gal de l'Agenais et du Tolosan, avec avis favorable.
- Travail sur la qualification de l'offre œnotouristique : suivi et animation des programmes d'action déployés dans le cadre de Vignobles & Découvertes et suivi des exploitations viticoles des autres territoires pour une montée en gamme.

## TARN-ET-GARONNE

### Tourisme

Sud-Ouest - Occitanie



**Francine DEBIAIS**

Tère Vice-Présidente de Tarn-et-Garonne Tourisme



**Caroline MANENS**

Directrice

T. 05 63 21 79 45

[caroline.manens@tourisme82.com](mailto:caroline.manens@tourisme82.com)

#### PÔLE INGÉNIERIE

DÉVELOPPEMENT QUALIFICATION DE L'OFFRE  
LABELISATION DONT CLÉVACANCES  
ANIMATION DU RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME



**Sylvain PRALONG**

Manager Pôle Ingénierie Activités Pleine Nature

T. 05 63 21 79 59 - P. 07 85 72 47 08

[sylvain.pralong@tourisme82.com](mailto:sylvain.pralong@tourisme82.com)



**Armelle GIUDICELLI**

Responsable Qualité & Label Relais OT

T. 05 63 21 79 46

[armelle.giudicelli@tourisme82.com](mailto:armelle.giudicelli@tourisme82.com)



**Bruno DES BORDERIES**

Chargé de mission Tourisme & Handicap

Classement Meublés de Tourisme

Veille réglementaire

T. 05 63 21 79 52

[bruno.desborderies@tourisme82.com](mailto:bruno.desborderies@tourisme82.com)



**Sandrine DELLAUX**

Chargée de mission Label Clévacances

Classement Meublés de Tourisme

T. 05 63 21 79 64

[sandrine.dellaux@tourisme82.com](mailto:sandrine.dellaux@tourisme82.com)



**Justine ANTOINE**

Chargée de mission Enotourisme

T. 05 63 21 79 51

[justine.antoine@tourisme82.com](mailto:justine.antoine@tourisme82.com)

#### PÔLE MARKETING

PROMOTION COMMUNICATION INTERNET PRESSE ÉDITION  
RÉSERVATION MISE EN PRODUCTION  
INDIVIDUELS & GROUPES



**Richard RAMBOER**

Manager Pôle Marketing

T. 05 63 21 79 57 - P. 06 86 17 80 67

[richard.ramboer@tourisme82.com](mailto:richard.ramboer@tourisme82.com)



**Laurence DELZARS**

Responsable service Promotion - Presse - Web

T. 05 63 21 79 49

[laurence.delzars@tourisme82.com](mailto:laurence.delzars@tourisme82.com)



**Lauriane DONZELLI**

Chargée de mission Presse

T. 05 63 21 79 63 - P. 07 86 22 33 50

[lauriane.donzelli@tourisme82.com](mailto:lauriane.donzelli@tourisme82.com)



**Nathan VALLIENNE**

Webmaster

T. 05 63 21 79 53

[nathan.vallienne@tvgdepartement82.fr](mailto:nathan.vallienne@tvgdepartement82.fr)



**Magali DELZERS**

Responsable Tarn-et-Garonne Réservation

T. 05 63 21 79 61

[magali.delzers@tourisme82.com](mailto:magali.delzers@tourisme82.com)



**Fabienne LANG-POIVRE**

Tarn-et-Garonne Réservation

Chargée de mission Production Meublés de tourisme

T. 05 63 21 79 60

[fabienne.poivre@tourisme82.com](mailto:fabienne.poivre@tourisme82.com)



**Fabienne SINNIG**

Tarn-et-Garonne Réservation

Chargée de mission Groupes

T. 05 63 21 79 47

[fabienne.sinnig@tourisme82.com](mailto:fabienne.sinnig@tourisme82.com)

#### PÔLE RESSOURCES

ACCUEIL ADMINISTRATION  
COMPTABILITÉ  
OBSERVATOIRE ECONOMIQUE



**Caroline MANENS**

Manager Pôle Ressources

T. 05 63 21 79 45

[caroline.manens@tourisme82.com](mailto:caroline.manens@tourisme82.com)



**Charlotte IDIR**

Gestion - Comptabilité

T. 05 63 21 79 62

[compta@tourisme82.com](mailto:compta@tourisme82.com)



**Rachel PIQUEMAL**

Accueil Observatoire Economique

T. 05 63 21 79 65

[info@tourisme82.com](mailto:info@tourisme82.com)



## TARN-ET-GARONNE TOURISME

CS 90534 - 82005 Montauban Cédex

Tél. +33(0)5 63 21 79 65

info@tourisme82.com

www.tourisme-tarnetgaronne.fr



Suivez-nous sur  
nos réseaux sociaux



**TARN-ET-GARONNE**

*Tourisme*

Sud-Ouest - Occitanie