



**LES CHIFFRES CLÉS  
& LES ORIENTATIONS MARKETING**

Directrice de la publication : Valérie Escande

Conception : Tarn Tourisme

Crédit photographique : Luc Béziat, Pascale WALTER, Vent d'Autan / Mediart, Duchowki



# Les chiffres clés 2017



**85%** DES FRANÇAIS SONT INTERNAUTES  
**77%** PRÉPARENT LEURS VACANCES EN LIGNE  
DONT **53%** SUR MOBILE OU TABLETTE

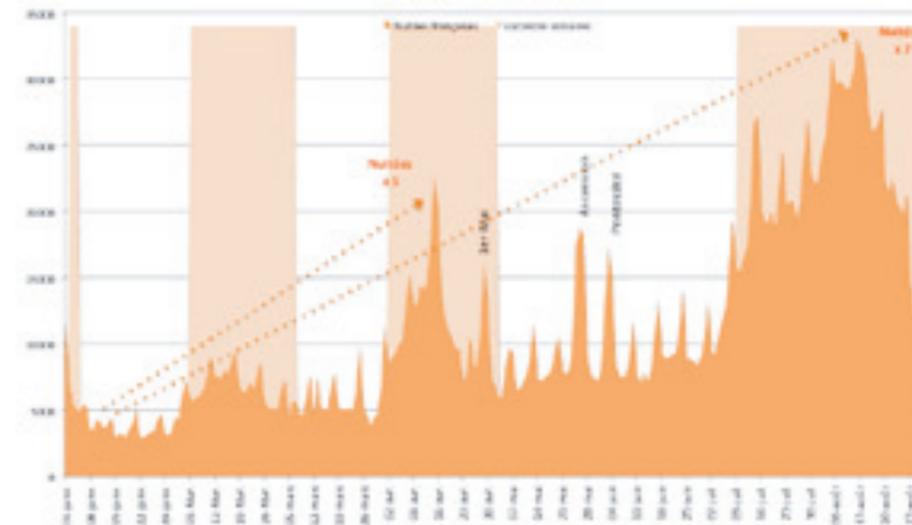


**42%** DES UTILISATEURS SONT INFLUENCÉS PAR LES PHOTOS  
DE VOYAGES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX  
LE TOURISME EST L'INTÉRÊT **N°1** DES FRANÇAIS SUR FACEBOOK

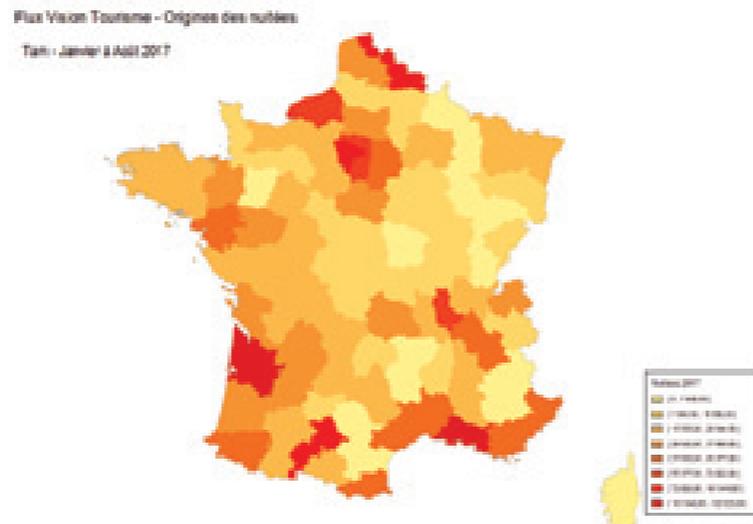
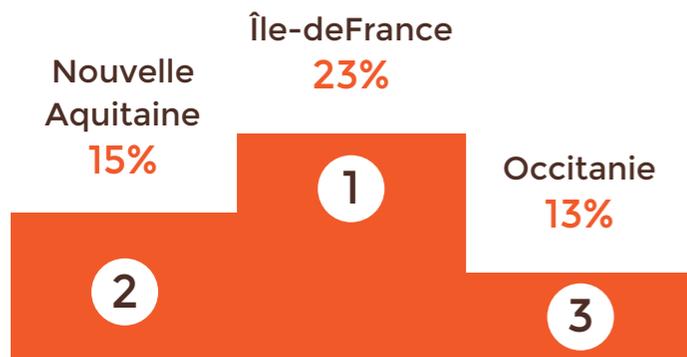


PLUS DE **3,5 MILLIONS** DE NUITÉES TOURISTIQUES 2017  
(JANVIER-AOÛT 2017)

**74%** DES NUITÉES TOURISTIQUES SONT DES NUITÉES FRANÇAISES  
ÉVOLUTION DE **+ 2 %** PAR RAPPORT À 2016



## L'ORIGINE DES TOURISTES FRANÇAIS



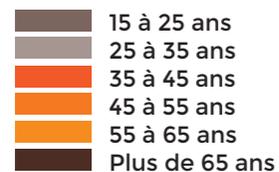
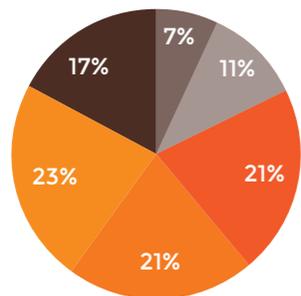
## L'ORIGINE DES TOURISTES ÉTRANGERS

# TOP 5

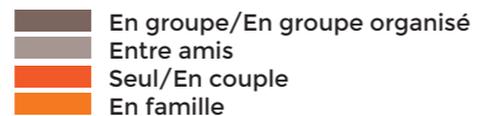
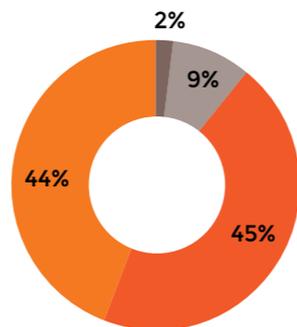
- 1 BELGIQUE
- 2 PAYS BAS
- 3 ROYAUME-UNI
- 4 ESPAGNE
- 5 ALLEMAGNE

# QUI SONT NOS CLIENTS ?

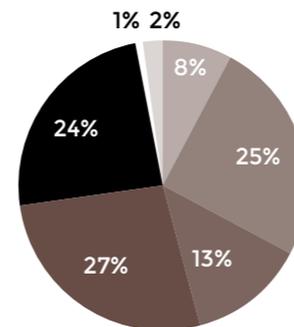
## LES TRANCHES D'ÂGE



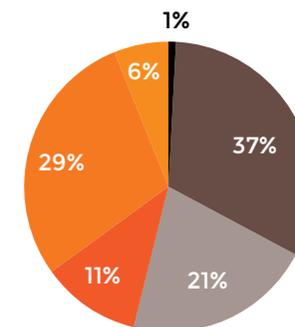
## COMPOSITION DU GROUPE



## DURÉE DE SÉJOUR



## MODE D'HÉBERGEMENT



## QUE VEULENT-ILS ?

**61%** : ÊTRE ÉTONNÉS

**60%** : CONSTRUIRE DES LIENS

**52%** : RETROUVER SON RYTHME

**36%** : SE RECENTRER

**28%** : CONSOLIDER SON COUPLE



# Constatons, réagissons et allons déjà plus loin !

**VERS UNE STRATÉGIE D'INNOVATION ORIENTÉE CLIENT,  
AVANT, PENDANT ET APRÈS LE SÉJOUR**

- ▶ **UNE NOUVELLE STRATÉGIE DE COMMUNICATION OFFENSIVE  
ORIENTÉE SOCIAL MÉDIA ET RELATION PRESSE**
- ▶ **UNE STRATÉGIE DE CONTENU CRÉATRICE DE VALEUR  
POUR LES DESTINATIONS ET LES CLIENTS**
- ▶ **CRÉATION DE NOUVEAUX SERVICES ORIENTÉS CLIENT :  
UN SITE INTERNET DE SÉJOUR, CONCIERGERIE DE DESTINATION  
MUTUALISÉS AVEC LES OFFICES DE TOURISME**



**UNE STRATÉGIE DE PARTENARIAT AVEC LES TERRITOIRES  
PERMETTANT DE MUTUALISER LES RESSOURCES**

- ▶ **MISE EN PLACE D'UN COMITÉ STRATÉGIQUE DE CONVERGENCE  
AVEC L'ENSEMBLE DES TERRITOIRES TARNAIS**
  - ▶ **COOPÉRATION À GÉOMÉTRIES VARIABLES FAVORABLE  
À L'ATTRACTIVITÉ DE NOS DESTINATIONS :**  
Parc Naturel Régional du Haut Languedoc, Agropoint,  
Comité régional du tourisme, Comités départementaux  
du tourisme ( Hérault, Aude, Tarn et Garonne, Gers,  
Haute-Garonne, Aveyron),...



UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION PLUS OFFENSIVE

UN POSITIONNEMENT AFFIRMÉ

## Le Tarn, la destination qui fait du bien

- ▶ Où l'on vit des vacances qui font du bien,
- ▶ Où l'on prend le temps de profiter de la vie,
- ▶ Une destination qui présente une authenticité non galvaudée
- ▶ Pour des gens qui veulent du vrai, des liens d'amitié loin de la mer, de la pollution et du tourisme de masse

## Avec quel ton ?

### “Tarnais”!

direct, sincère, simple, sans chichi, décomplexé,  
amical mais pas gnanngnan

Qui fonde notre stratégie éditoriale

## Que promet on aux visiteurs ?

- ▶ Des plaisirs simples, des sorties et des séjours qui font du bien
  - ▶ Prendre le temps, prendre du plaisir et déconnecter
    - ▶ S’enrichir et découvrir,
  - ▶ De la convivialité, du partage, des rencontres,...
  - ▶ Profiter de la vie et du temps pour être bien !



## UN VIRAGE AMORCÉ

- ▶ D'une communication maîtrisée, esthétique...  
à une communication plus spontanée, plus vraie
- ▶ D'une production publicitaire...  
à des contenus frais, des témoignages et des histoires vraies
- ▶ D'un dispositif discontinu...  
à une campagne toute l'année

## 2 types de clientèle à satisfaire

- ▶ De proximité (à moins de 2-3 h de voiture)  
pour des sorties ou courts séjours toute l'année
- ▶ Éloignées (à + de 3 h, Paris, marchés étrangers)  
pour les vacances

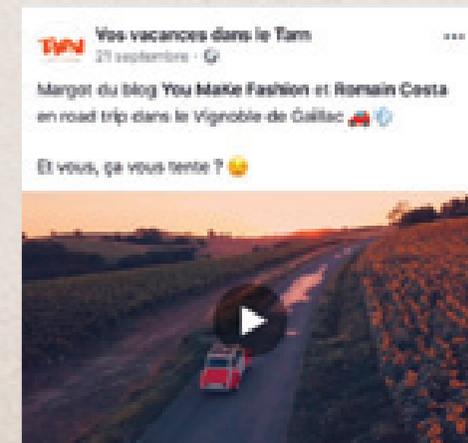
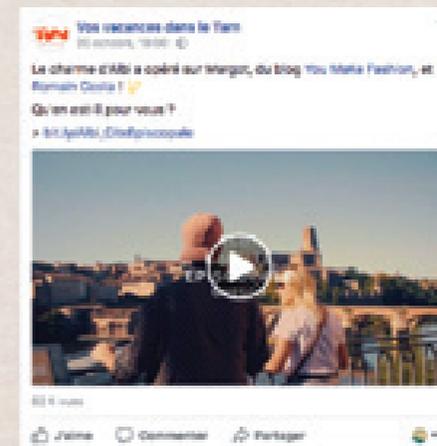


DES SUPPORTS PLUS ADAPTÉS ET PUISSANTS

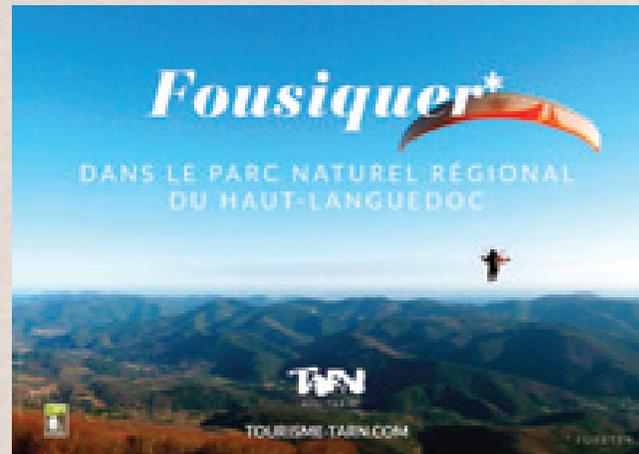


## DES CONTENUS QUALITATIFS POUR SÉDUIRE

- ▶ Près de 1 000 photos « instants de vie » créées
- ▶ 12 vidéos d'expériences à vivre
- ▶ Plus de 80 rédactionnels qui donnent envie



# Des affiches et brochures à disposition



7 CIRCUITS AUTO remaquettés



UNE NOUVELLE CARTE TOURISTIQUE plus pratique pour le client et le Top 12 des incontournables

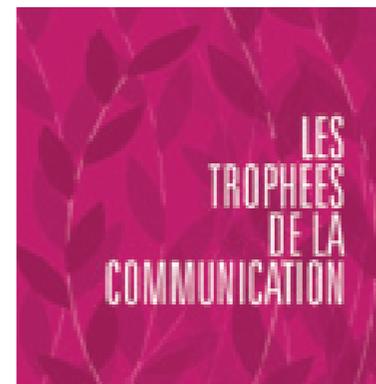


MAGAZINE « Le petit espanté »  
*Le magazine qui fait du bien*

80 000 exemplaires



Le MAGAZINE « Le petit espanté »  
récompensé au niveau national

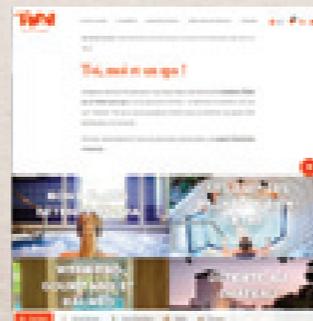
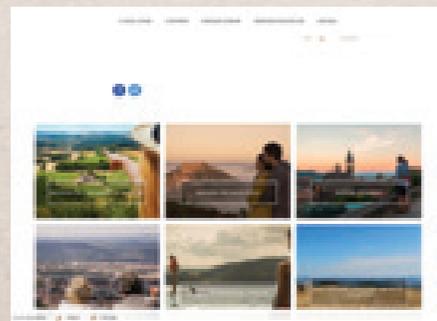


5<sup>E</sup> MEILLEUR MAGAZINE D'INFORMATION  
D'ORGANISME PUBLIC EN 2017

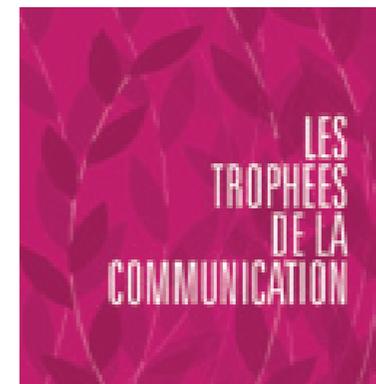
UN SITE DE SÉDUCTION ET D'EXPÉRIENCES À VIVRE  
**TOURISME-TARN.COM**



**713 000** visiteurs  
(+59% par rapport à 2016)



SITE INTERNET **TOURISME-TARN.COM**  
récompensé au niveau national



**5<sup>E</sup> MEILLEUR SITE INTERNET  
D'ORGANISME PUBLIC EN 2017**



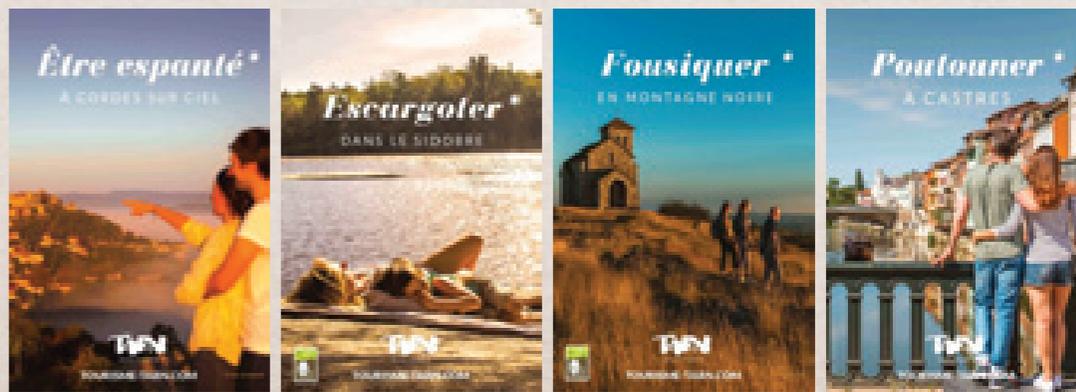
DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES IMPACTANTES

# AFFICHAGE PRINT ET DIGITAL Printemps/automne

**Cibles/marchés :**  
proximité  
(Toulouse/Montpellier/Bordeaux)

**Objectifs :**  
remplir les week-ends

Affichage urbain, abribus  
Affichage arrière de bus  
Affichage gare et aéroport



## CAMPAGNES SPONSORISÉES Facebook

Avril | Mai  
Cibles / marchés :  
proximité 2 h d'Albi

Juin | Juillet  
Cibles / marchés :  
France entière

Septembre | Octobre  
Cibles / marchés :  
France entière



3 522 000 PERSONNES TOUCHÉES  
15 770 000 IMPRESSIONS  
1 473 000 VUES DE VIDEOS

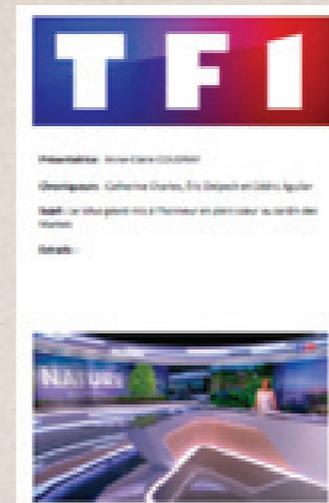
## CAMPAGNE FACEBOOK récompensée au niveau national : Prix COUP DE CŒUR du jury



Plus de 70 000 fans sur la page Vos vacances dans le Tarn !  
TOP 10 des destinations départementales  
TOP 5 au niveau du taux d'engagement de la communauté



## DES RELATIONS PRESSE RENFORCÉES



▶ 72 parutions en 6 mois

▶ Soit 40 908 000 lecteurs, 14 168 000 auditeurs et 32 173 000 internautes susceptibles d'avoir lu ou entendu un sujet sur le tourisme dans le Tarn

▶ Pour un total de 1 768 000 € d'équivalence publicitaire



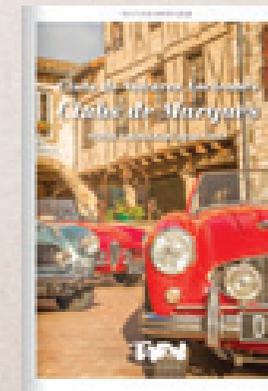
DES SALONS GRANDS PUBLICS  
ET PROFESSIONNELS PLUS CIBLÉS

## AFFIRMER LE TARN COMME UNE DESTINATION À FORT POTENTIEL

- ▶ sur les marchés européens : Espagne, Allemagne, Belgique, Grande Bretagne, Pays Bas
- ▶ sur les marchés lointains et émergents (Chine, Japon...)

Opération de séduction vis-à-vis d'un public professionnel  
(Tour opérateur, agences de voyages, journalistes)

Démarchage commercial sur les cibles autocaristes, associations,  
agences réceptives et régions frontalières





PENDANT LE SÉJOUR, CHOUCHOUTER LE CLIENT  
ET L'INFORMER POUR MIEUX DÉPENSER



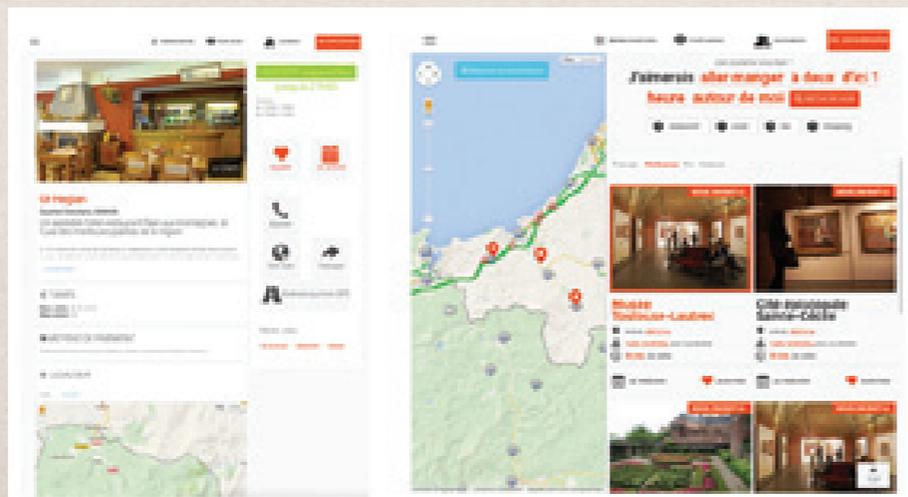
## L'INTERNET DE SÉJOUR

OPTIMISER L'ACCUEIL ET L'INFORMATION  
TOURISTIQUE EN SITUATION DE SÉJOUR

J'aimerais #visiteruntruc dans le Tarn, des idées ?

## LE SITE INTERNET DE SÉJOUR visit-tarn.com

UN SITE D'INSPIRATION VACANCES  
AU SERVICE DES VISITEURS, SUGGÉRANT  
DES BONS PLANS ET DES ACTIVITÉS



## LA CONCIERGERIE DE DESTINATION

Des explorateurs et  
exploratrices disponibles  
tout l'été de 10h à 20h





**ESPACE DE VALORISATION  
DES DESTINATIONS TARNAISES**

**HÔTEL REYNÈS :  
RUE TIMBAL À ALBI**

Espace d'exploration des Destinations touristiques  
et de valorisation de l'offre culturelle, patrimoniale et naturelle :

- ▶ Espace d'exploration interactif
- ▶ Espace d'animation touristique
- ▶ Espace de découverte balades et randonnées
- ▶ Espace boutique et vente de séjour





## DES OUTILS AU SERVICE DES ACTEURS

## UNE PLATEFORME DE GESTION ET DE DIFFUSION DE L'OFFRE DÉPARTEMENTALE **APIDAE**



En 2017

**22** membres • **138** utilisateurs • **6 500** fiches publiées

Une seule saisie pour une diffusion multiple\* :  
Tarn Tourisme, sites web des Offices de tourisme,  
Comité Régional du tourisme, éditions, recherche à l'accueil...



\*sous réserve des règles de publication des diffuseurs.

▶ **Accompagnement de 17 animateurs Numériques du Territoires**



▶ **Journée de sensibilisation des acteurs au numérique :**  
Organisation des Rencontres Tourisme et Internet



▶ **Ateliers marketing avec Tarn Tourisme**

▶ **TOURISME ET HANDICAP :**  
Suivi et accompagnement pour les nouveaux dossiers et gestion de la marque au niveau départemental

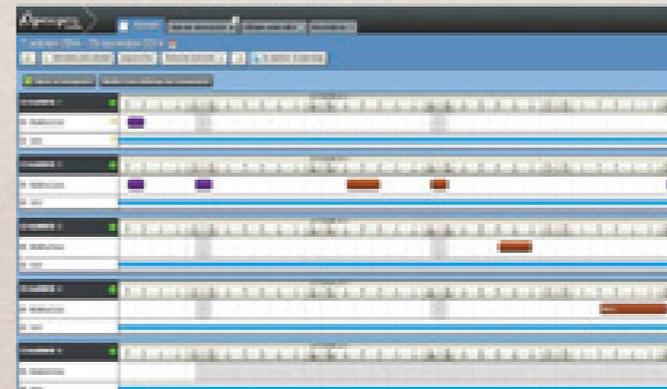


▶ **Pilotage du label « accueil Vélo »** en collaboration avec le Parc Naturel Régional du Haut Languedoc et l'Agence Départementale Tourisme de l'Hérault

**COMMERCIALISATION  
OPEN SYSTEM**

Des outils de réservation et de vente en ligne à disposition des professionnels :  
open billetterie, open camping, reservit, open meublés, open gites...

Sensibilisation, formation et animation des prestataires



**allianceréseaux**  
CRÉATEUR DE LA PLACE DE MARCHÉ TOURISTIQUE

A white SUV is driving away from the viewer on a dirt road that winds through a hilly landscape. The scene is bathed in the warm, golden light of a sunset or sunrise, with long shadows cast across the terrain. The SUV has a license plate that reads '619 ZB'.

## RENFORCEMENT DU RÔLE DE RELAIS TERRITORIAL

### ACCOMPAGNEMENT ET ANIMATION DES OFFICES DE TOURISME DU TERRITOIRE :

- ▶ Démarche qualité/classement
- ▶ Restructuration/mutualisation
- ▶ Aide à la définition des stratégies touristiques
- ▶ Animation du réseau des Offices de Tourisme...
  - ▶ Plan de formation régional
  - ▶ Taxe de séjour



ÉVALUER ET OBSERVER POUR MIEUX PILOTER

- ▶ Analyse les flux de fréquentation
- ▶ Analyse des retombées économiques
  - ▶ Bilan annuel
  - ▶ Étude de notoriété
  - ▶ Étude besoins de la clientèle
- ▶ Réalisations de conjonctures mensuelles
  - ▶ Étude de satisfaction par territoire...

# TARN

T O U R I S M E

## LA DESTINATION QUI FAIT DU BIEN

**VENIR NOUS VOIR :**

Hôtel Reynes - 14 rue Timbal - 81000 Albi

**NOUS ÉCRIRE :**

Hôtel Reynes - 10 rue des grenadiers - 81000 Albi

Tél. 05 63 77 32 10 - Fax. 05 63 77 32 32

[contact@tourisme-tarn.com](mailto:contact@tourisme-tarn.com)

T A R N



LE DÉPARTEMENT