

# LE RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023

CDT Tarn,  
Tarn Réservation  
Tourisme,  
Agropoint



**TARN**  
ATTRACTIVITÉ

# ÉDITO

L'année 2023 marque un tournant significatif avec la création de Tarn Attractivité le 18 décembre dernier. Cette nouvelle entité est née du rapprochement entre le Comité Départemental du Tourisme, Loisirs Accueil Tarn et l'association Agropoint avec la marque Saveurs du Tarn.

Tarn Attractivité s'articule autour de trois objectifs fondamentaux : stimuler le développement touristique et économique du Tarn, impulser une nouvelle dynamique facteur d'innovation et de modernité en accompagnant les acteurs tarnais et enfin, promouvoir et valoriser l'image et les atouts du Tarn.



PAUL SALVADOR

Président  
Tarn Attractivité

*Les données chiffrées de cette année attestent de la vitalité touristique du département et de son attractivité croissante. Notre rapport met en lumière les initiatives soutenues pour une transition durable, illustrées par notre engagement en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), notre partenariat avec WegogreenR et nos efforts pour promouvoir un tourisme numérique responsable.*

Notre stratégie de communication offensive a joué un rôle clé dans le renforcement de l'attractivité du Tarn, en s'appuyant sur des contenus de qualité, des campagnes impactantes et une visibilité accrue sur les réseaux sociaux. Nous continuons à développer la notoriété de notre territoire grâce à la campagne "le Tarn vous veut du bien". Le dispositif des "Bons weekends" vise à affirmer ce positionnement en apportant les preuves de cette promesse. Proposer des offres enrichies, réservable en ligne et en direct auprès des hébergeurs.

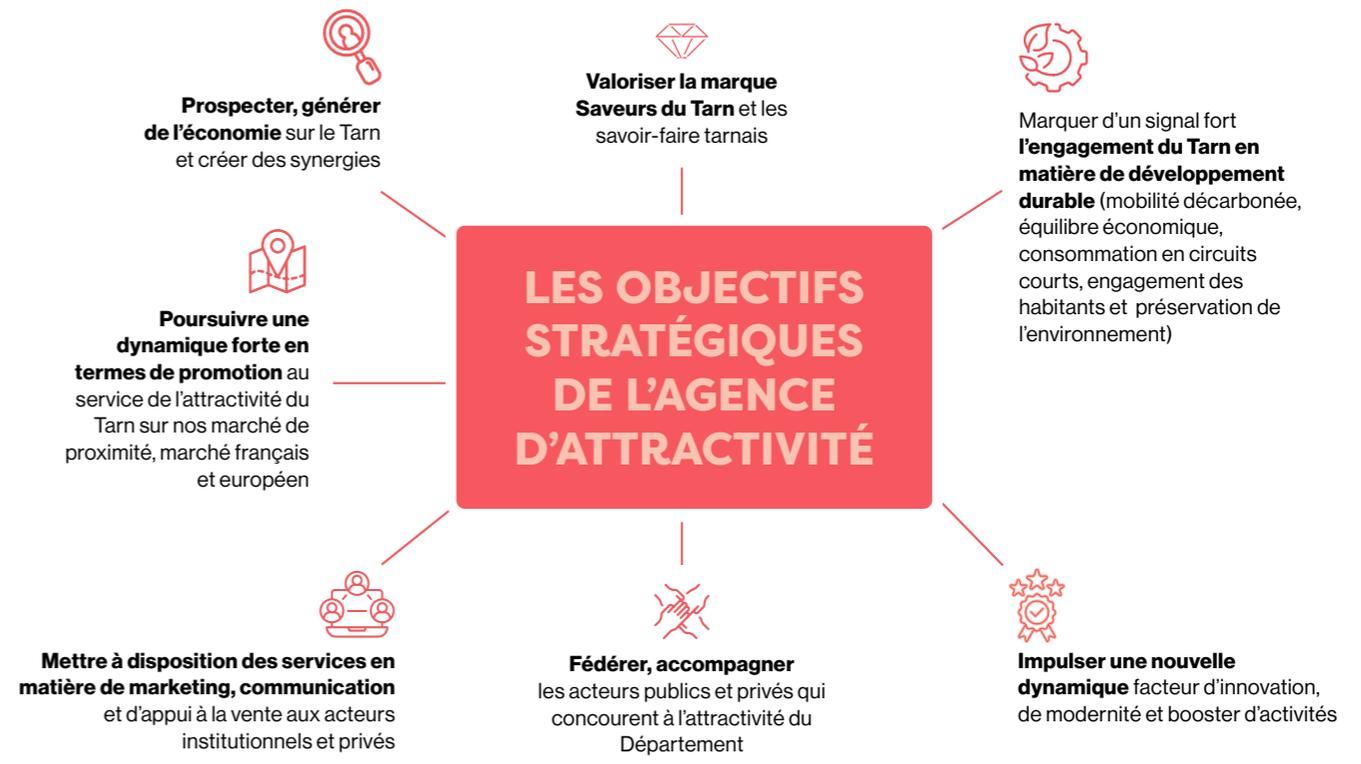


DIDIER HOULÈS

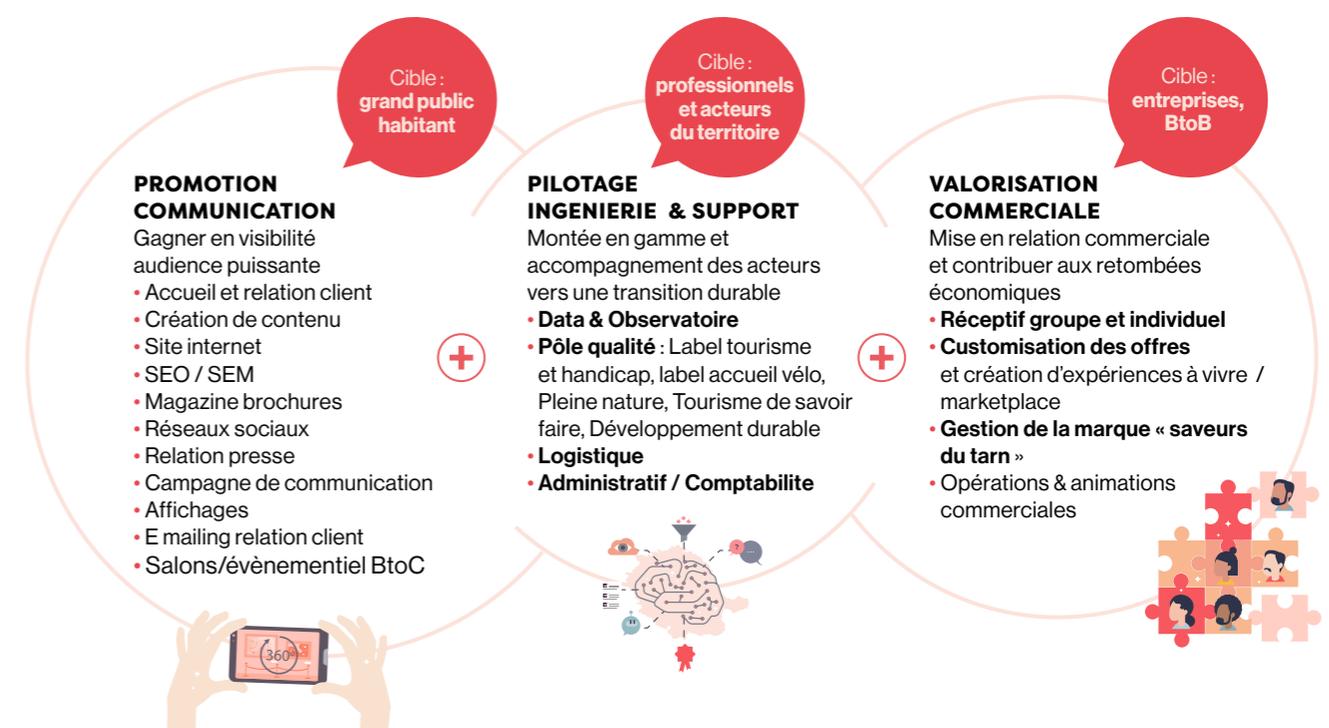
Vice-président  
Tarn Attractivité

*L'activité commerciale « groupes » affiche de bons résultats et se distingue par des actions promotionnelles ciblées sur les clubs de marques et les amateurs de voitures de collection.*

La marque "Saveurs du Tarn" regroupe désormais plus de 155 membres. Notre engagement dans la promotion de cette marque se manifeste à travers d'événements commerciaux, la création de coffrets cadeaux et notre présence au Salon de l'agriculture à Paris qui permet d'affirmer le Tarn en tant que destination riche d'expériences à vivre, à explorer et à savourer.



**ORGANISATION 3 PÔLES**



# TARN TOURISME

PRÉSIDENTE



**Paul Salvador**  
PRÉSIDENT  
CDT TARN  
ET TARN RÉSERVATION  
TOURISME

DIRECTION



**Valérie Escande**  
DIRECTRICE

ADMINISTRATION



**Aurélie Bonfiglio**  
CHARGÉE DE MISSION TOURISME  
DURABLE ET RSE / ASSISTANTE  
DE DIRECTION /  
TOURISME & HANDICAP /DPO



**Christine Monthieu**  
COMPTABILITÉ  
ET ADMINISTRATIF



**Stéphanie Daurelle**  
AIDE COMPTABLE

OBSERVATOIRE



**Audrey Mertes**  
CHARGÉE DE MISSION  
OBSERVATOIRE  
TOURISTIQUE

LOGISTIQUE



**Thierry Sourd**  
LOGISTIQUE  
GESTION DE LA DOCUMENTATION

APIDAE



**Dorian Cabot**  
ANIMATEUR RÉSEAU  
APIDAE / SYSTÈME  
D'INFORMATION  
TOURISTIQUE

PROMOTION



**Céline Gonzalez**  
CHARGÉE DE MISSION  
ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE  
ET ITINÉRANCE / PASS TARN

DIGITAL / COMMUNICATION



**Claire Dubuisson**  
RESPONSABLE MARKETING  
COMMUNICATION



**Valérie Boutet**  
ATTACHÉE DE PRESSE /  
COMMUNICATION



**Chloé Catala**  
ASSISTANTE  
DE COMMUNICATION  
EN ALTERNANCE



**Pascale Walter**  
CONTENT MANAGER /  
PRODUCTION DE CONTENUS /  
PHOTOTHÈQUE



**Chloé Bessettes**  
COMMUNITY  
MANAGER



**Mallorie Bachevillier**  
ACCUEIL ET ANIMATIONS  
REYNES EN ALTERNANCE



**Alexandra Capmartin**  
CHARGÉE DE MISSION  
MARKETING  
RELATIONNEL (GRC)



**Cathy Belugou**  
SALONS /  
CLUB DES SITES



**Léonie MAURIN**  
ASSISTANTE ÉVÈNEMENTIEL  
EN ALTERNANCE

# TARN RÉSERVATION TOURISME (LAT)

INDIVIDUEL



**Afi Aubertin**  
CHARGÉE DE MISSION  
MARKETING COMMERCIAL  
(INDIVIDUELS)



**Muriel Joly**  
CHARGÉE D'ANIMATION  
ET DE RÉSERVATION /  
TOURISME DE SAVOIR-FAIRE

GROUPES



**Annick Berthomé**  
RESPONSABLE SERVICE  
GROUPES, AFFAIRES,  
ÉVÈNEMENTIEL, PRO



**Damien Costes**  
CHARGÉE DE PRODUCTION  
COMMERCIALISATION  
GROUPES



**Nadine Fournac**  
CHARGÉE DE PRODUCTION  
COMMERCIALISATION  
GROUPES

# AGROPOINT-SAVEURS DU TARN

DIRECTION



**Pierre Troyes**  
DIRECTEUR

PROMOTION



**Cyril Cullier**  
RESPONSABLE  
COMMERCIAL MARKETING

ADMINISTRATION



**Dominique Tabary**  
ASSISTANTE  
ADMINISTRATIVE  
ET COMPTABLE

COMMUNICATION



**Bénédicte Olivier**  
CHARGÉE DE  
COMMUNICATION

PRÉSIDENTE



**Didier Houlès**  
PRÉSIDENT AGROPOINT

# SOMMAIRE

10 Notre rapport RSE  
pour une transition durable du Tarn

18 **AXE 1**  
Renforcer l'évaluation et l'observation  
économique du territoire

19 Chiffres clés en 2023 dans le Tarn

20 Enquêtes et études ciblées

22 **AXE 2**  
Développer l'attractivité du territoire

23 Espace de valorisation des destinations tarnaises et  
espace rando : Espace Reynes

25 Une stratégie de communication offensive

25 Des éditions thématiques

26 Une stratégie de production de contenus ultra qualitatifs

28 Des campagnes publicitaires impactantes

32 Des Relations presse renforcées

35 Une communication accentuée sur les marchés  
européens

36 Des salons thématiques et opérations  
de promotion de proximité

37 Le Pass Tarn

38 Une Stratégie numérique renforcée :

- Un site internet de séduction grand public  
tourisme-tarn.com

39 Une forte présence sur les réseaux sociaux

40 Une stratégie Gestion relation client  
newsletters et e-mailing

42 Les marchés ciblés :

- activités de pleine nature
- Le Club des sites
- Tourisme de Savoir Faire

48 **AXE 3**  
Accompagner les acteurs du  
tourisme vers une transition  
numérique, écologique et montée  
en gamme des offres

49 APIDAE : une plateforme de données  
collaborative

51 Destination Campagne

52 Accompagnement WegogreenR

53 Démarches qualité

54 Tourisme et Handicap

57 **AXE 4**  
Valorisation Commerciale

58 L'Open expériences en 2023

60 Customisation des offres "Les bons Week-ends"

64 Partenariats commerciaux

66 Service commercial cibles

Loisirs / Affaires / Evenementiels /Pro

76 **AXE 5**  
Saveurs du Tarn



## Notre rapport RSE

### POUR UNE TRANSITION DURABLE DU TARN

Tarn Tourisme depuis 2022 et aujourd'hui Tarn Attractivité souhaite impacter positivement le territoire grâce à des actions marquantes et innovantes en termes de Développement Durable.

L'intégration, dans notre structure fin 2023, de la marque Saveurs du Tarn prouve notre engagement pour l'agritourisme et l'artisanat local. Il était donc temps de définir notre raison d'être pour ensuite écrire notre feuille de route 2024.

Après une journée d'échanges et de discussion avec l'ensemble de l'équipe, notre raison d'être est née : « **Œuvrer pour l'attractivité du Tarn, avec conviction et responsabilité tout en préservant nos territoires et nos savoir-faire** ».

Pour répondre à cette ambition, les actions en lien avec le tourisme durable ont été au cœur de notre stratégie de développement et de promotion touristique.

## GOVERNANCE PARTAGÉE

le green comité créé en 2022 se réunit une fois par mois pour travailler à l'avancée du plan d'actions. Ce groupe est composé de 9 collaborateurs volontaires représentatifs des missions de l'agence. Une référente RSE a été désignée (Aurélié Bonfiglio) qui œuvre à l'animation du green comité et au suivi de la politique RSE de la structure.



Aménagement et décoration d'espace de co-working

## SOCIAL CONSTRUCTION D'UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL BIENVEILLANT

- Mise en place d'une **charte de télétravail** en septembre 2020 et utilisation de ce dispositif par une majorité de collaborateurs soit avec des jours réguliers par semaine, soit au forfait (30 jours/an).
- Enquête **bien-être au Travail** en partenariat avec le CSE : Cette enquête annuelle est l'occasion d'interroger les collaborateurs de manière anonyme autour de 5 thématiques : Mes fonctions salariales / Organisation et communication interne / locaux et conditions de travail / avantages sociaux et culturels / développement personnel. Après analyse des résultats, un indice de bien-être au travail a permis de mesurer notre performance : avec 17 répondants sur 19 salariés, notre indice était de 3,5/5. Certaines demandes ont trouvé une issue favorable comme l'aménagement d'espace pour s'isoler ou travailler en petit groupe.



## SOCIÉTAL

- Partenariat avec l'association « **Vacances Familles 81** » pour faire la promotion d'activités de loisirs/culturels gratuites ou à moins de 5 euros pour des familles modestes qui viennent en vacances dans le Tarn l'été (flyer créé et distribué dans les hébergements concernés Juillet/Août 2023).

## ENVIRONNEMENT

- Lancement d'un **challenge interne pour le ramassage des déchets** : dans le cadre de la semaine du world clean up day, toute l'équipe a passé une heure à ramasser les déchets au bord du Tarn (ajout photos du nettoyage) : total de la récolte : 13,4 kg de déchets ramassés en moins d'une heure. Cette initiative a été aussi suivie par l'Office de tourisme ségala tarnais



- Enquête sur la **mobilité des salariés de Tarn Tourisme** afin de comprendre les façons de se déplacer sur les trajets « domicile-travail ». L'objectif est de favoriser les transports en commun, le covoiturage et les mobilités douces. Un forfait « mobilités durables » est à l'étude entre la direction et le CSE pour 2024.

- **Partenariat avec la coopérative climatique « Climat Local »**. Elle nous accompagne pour compenser les gaz à effet de serre (GES) des séjours que nous proposons à notre cible « groupes ». Comment ? Grâce à la contribution carbone volontaire. Grâce à celle-ci, Tarn Tourisme a soutenu la plantation de 600 arbustes avec Bugatti France.



## LOYAUTÉ DE PRATIQUES ET ACHAT EN CIRCUIT COURT

- Ajout d'un **critère de pondération RSE/ Développement durable** lors de nos marchés publics (entre 10 à 20 % de la note finale est concerné). Lors de nos derniers marchés passés ces deux dernières années, les fournisseurs choisis ont tous une labellisation RSE en cours ou à venir : l'agence Airpur (relations presse) détient le label RSE Agences Actives ; l'agence de communication Léon en cours d'obtention pour ce même label ; nos imprimeurs ont tous plusieurs certifications et labels pour l'encre et le papier utilisés.



« **PLAN D' ACTIONS  
RSE/TOURISME  
DURABLE**

3 axes stratégiques :  
65 actions à mener.

Fin 2023,

**43**

actions clôturées  
(66% des actions  
réalisées).

- **Cartographie de nos fournisseurs** afin d'améliorer la proportion de fournisseurs locaux et RSE et les privilégier dans nos relations.

- **Définition de notre politique d'achat responsable** afin d'augmenter le pourcentage d'achat local/régional/national.

- **Achat de goodies exclusivement fabriqués dans le Tarn** pour distribuer auprès de certains de nos clients/partenaires (journalistes, autocaristes, associations...).

## NUMÉRIQUE RESPONSABLE

- Travail sur la définition de la **sobriété numérique** et mise en place de nouvelles pratiques au bureau (utilisation de smash au lieu de wetransfer, archivage chaque année des e-mails et fichiers obsolètes, réduction des courriels, changement moteur de recherche (écosia à la place de Google...)).

- **Progrès score avec Kairn** : Un algorithme mis en place pour évaluer la performance de nos écosystèmes numériques sur plus de 100 critères et délivrer une analyse sur :
  - 1 • la performance digitale
  - 2 • la pollution numérique
  - 3 • l'engagement environnemental et sociétal des contenus
  - 4 • l'éthique
  - 5 • Une étiquette (de A à F) pour une lecture synthétique
 L'étiquette C a été attribuée suite aux audits de nos outils numériques. Pour plus de détails, cf page « Mesurer pour progresser ».



## CONSOMMATEURS / COMMUNICATION RESPONSABLE



- **Le Petit Espanté** : magazine de séduction de notre destination. Nous faisons la part belle aux activités et expériences à vivre pour des vacances éco-responsables. Des inspirations pour partir en week-end, des itinéraires hors des sentiers battus et des micro-aventures ainsi que des expériences nature.

- **Réseaux sociaux** : une communication sur nos posts Facebook autour de la thématique nature, respect de l'environnement, adopter les bons gestes, des lieux insolites à découvrir ainsi que des bonnes initiatives (exemple : restaurant le grain de sel à Albi où la majorité de l'équipe est composée de personnes porteuses de trisomie 21).



## COMMUNAUTÉS ET DÉVELOPPEMENT LOCAL

- **Organisation des « jeudis verts »** : Il s'agit d'ateliers thématiques mensuels sur le Développement durable (mobilité, communication responsable, itinérance, tendances des consommateurs...). Ils ont pu être suivi en webinaires Zoom ou en présentiel à l'Hôtel Reynes. Le 6 avril 2023, l'atelier « Mobilités, quelles solutions pour se déplacer à la campagne ? » a réuni des offices de tourisme, collectivités et transporteurs pour apporter un regard croisé le plus pragmatique possible sur le sujet et tenter de trouver des solutions.

- **Partenariat avec la start-up WegogreenR**  
Cette plateforme accompagne les établissements touristiques dans leur transition durable et rentable. La solution proposée aux hébergeurs est complète (quizz, vidéos formation/sensibilisation, plan d'actions, centrale d'achat éco-responsable, simulateurs d'économies...). Pour 2023, 3 hébergeurs ont démarré le parcours. Objectifs 2024, atteindre une trentaine d'hébergeurs sensibilisés (en savoir plus...)!

- **Accompagnement et formation des offices de tourisme volontaires** à la mise en place pratique de leur politique RSE : OT Albi, OT La toscane Occitane, OT Ségala tarnais, OT Castres-Mazamet. Cet accompagnement est sur mesure et répond à la demande de l'OT : ateliers de sensibilisation de l'équipe des



permanents, animation d'une journée pour réfléchir à sa raison d'être, travail avec les référents des OT pour mise en place de leur plan d'actions... (mettre la photo « raison d'être OT ségala Tarnais »)

- **Référent territorial pour le Tarn lors de l'appel à projet des Formes Emergentes du Tourisme** Tarn Tourisme a accompagné deux prestataires tarnais au montage de leurs dossiers. Les lauréats seront connus début 2024.





## Tour d'horizon des indicateurs 2023



### GOVERNANCE :

- ▶ ¼ d'heure à DD : **20**
- ▶ Réunions du green comité : **7**
- ▶ Réunions CSE : **2**
- ▶ Webinaires/sensibilisation de nos parties prenantes : **12**
- ▶ Posts workplace sur la thématique Durable : **12**



### SOCIAL :

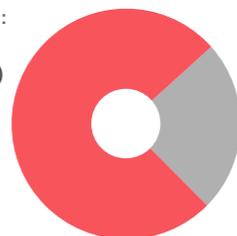
- ▶ Ratio d'équité : de femmes **84%** d'hommes **16%**
- ▶ Alternants/stagiaires : **2 alternants / 4 stagiaires / 1 saisonnière**
- ▶ Heures formation équipe : **67h**
- ▶ Moyenne de l'ancienneté des collaborateurs : **10 ans**
- ▶ Indice de satisfaction bien-être au travail : **3,5/5**



### SOCIÉTAL ET ÉCONOMIQUE

- ▶ Part de contrat avec des fournisseurs départementaux :

**76%**



### ENVIRONNEMENT :

- ▶ 1 challenge de nettoyage des berges du Tarn : **13,4 kg (déchets ramassés)**
- ▶ KM en véhicules diesel (équipe tarn tourisme) : **54 230 kms**
- ▶ KM en véhicules électrique (équipe tarn tourisme) : **14 875 kms**
- ▶ Part de mobilités douces trajet domicile/travail équipe Tarn Tourisme : **42%**



# 1

## RENFORCER L'ÉVALUATION ET L'OBSERVATION ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE



# Chiffres clés en 2023 dans le Tarn

### PLUS DE 7.5 MILLIONS DE NUITÉES TOURISTIQUES

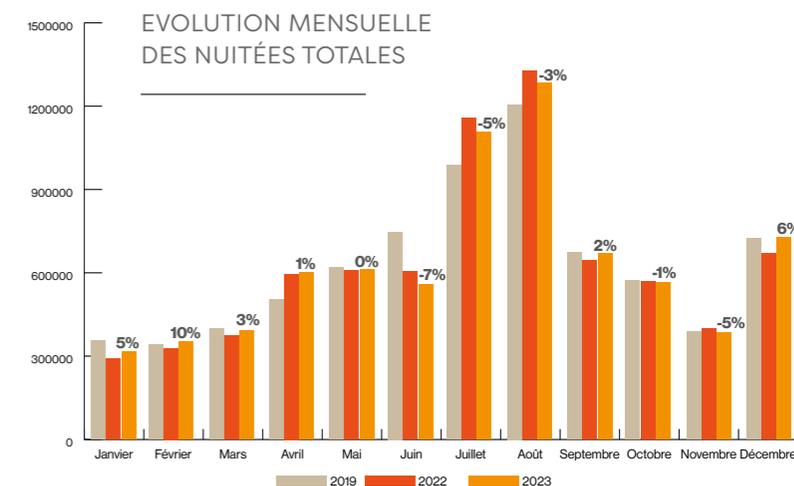
stable par rapport à 2022, ↗ 14%/2021,  
stable/2019

73%  
de nuitées  
françaises  
(stable/2022)



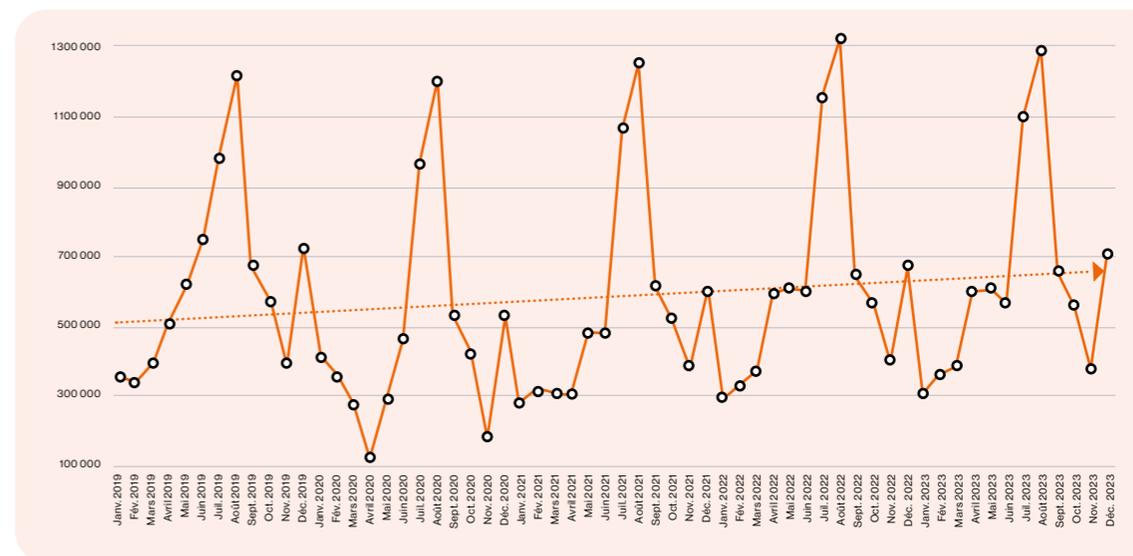
27%  
de nuitées  
étrangères  
(stable/2022)

### 2.8 MILLIONS D'ARRIVÉES DE TOURISTES (stable/2022)



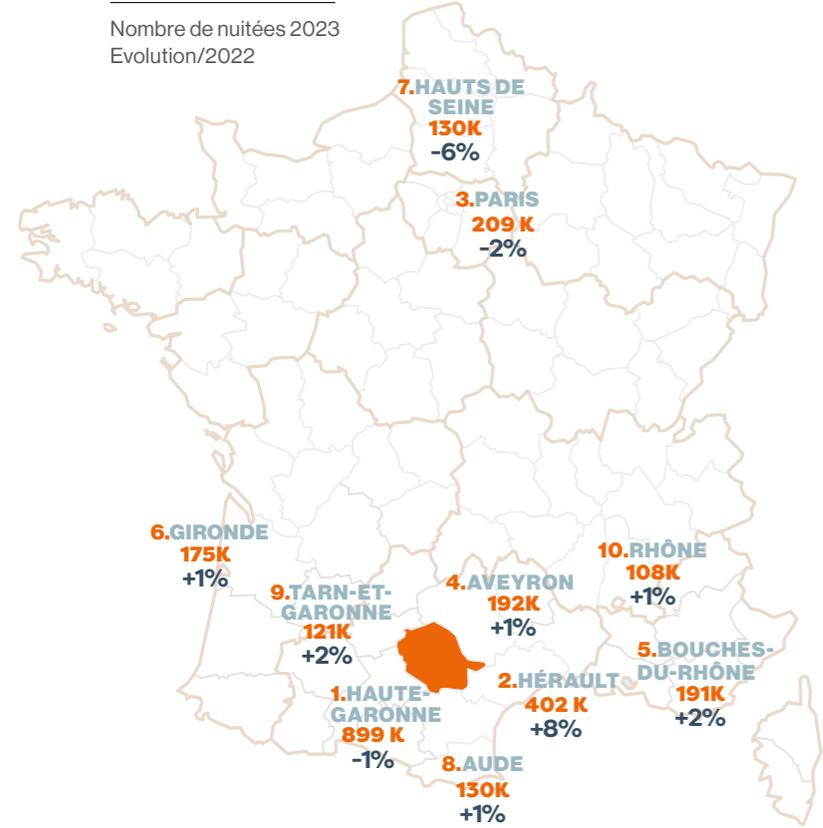
### EVOLUTION MENSUELLE DES NUITÉES TOTALES

Nuitées touristiques mensuelles totales de 2019 à 2023 Tarn



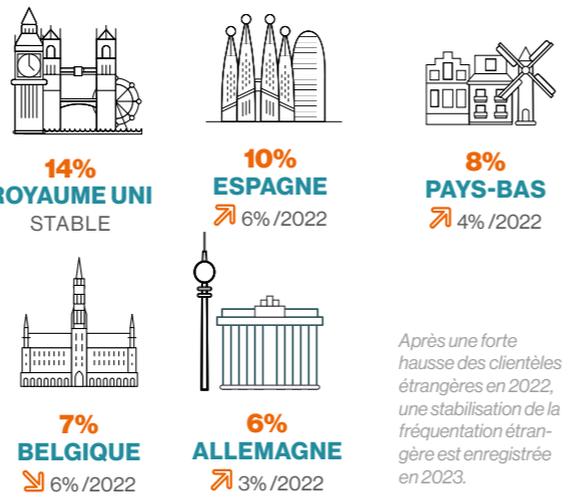
### EVOLUTION DES PRINCIPALES CLIENTÈLES FRANÇAISES PAR DÉPARTEMENT D'ORIGINE

Nombre de nuitées 2023  
Evolution/2022



### PRINCIPALES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES ET ÉVOLUTION

Part des nuitées/total nuitées étrangères 2023  
Evol/2022

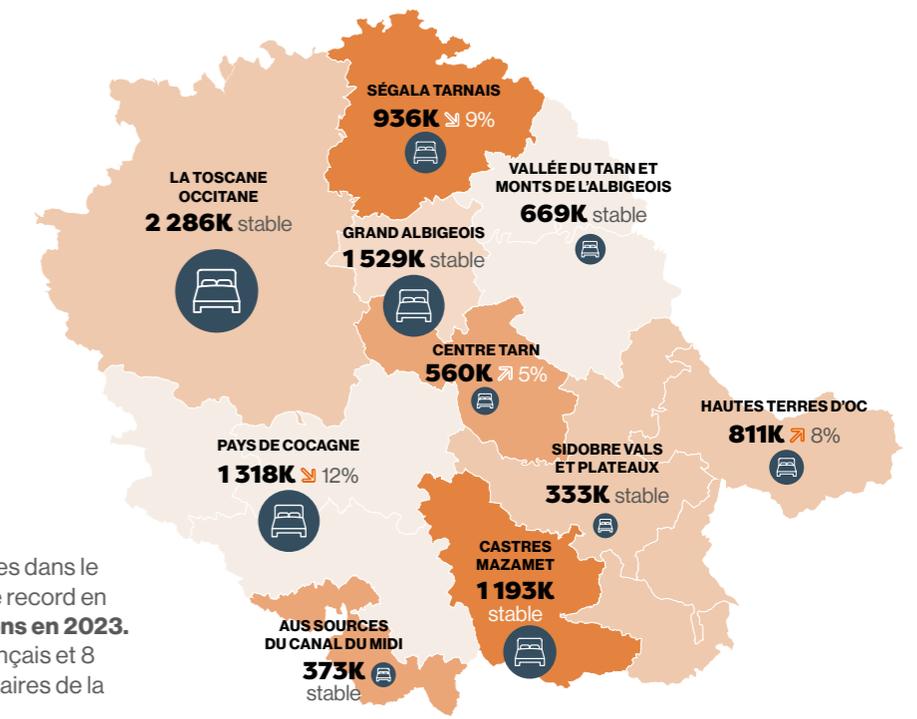


Après une forte hausse des clientèles étrangères en 2022, une stabilisation de la fréquentation étrangère est enregistrée en 2023.



### NUITÉES TOTALES 2023 (FRANÇAIS ET ÉTRANGERS) PAR TERRITOIRE

K en milliers  
Source : FVT Orange 2023



### VISITES À LA JOURNÉE : EXCURSIONS

Le nombre de visites à la journée effectuées dans le Tarn se stabilise en 2023 après une année record en 2022 avec près de **10 millions d'excursions en 2023**. Près de 90% des excursionnistes sont français et 8 excursionnistes français sur 10 sont originaires de la région Occitanie.

Top 5 des départements d'origine des excursionnistes :

1. HAUTE-GARONNE 40%
2. AVEYRON 14%
3. TARN-ET-GARONNE 7%
4. HÉRAULT 7%
5. AUDE 5%

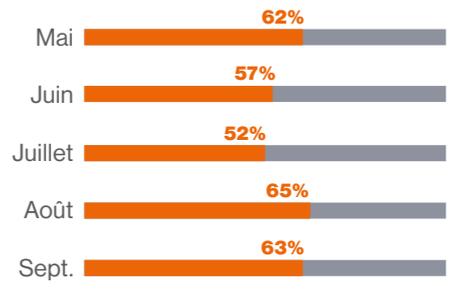
### ZOOM SUR LA SAISON ESTIVALE

En résumé, une saison qui a débutée assez tardivement pour les professionnels du tourisme tarnais avec **un mois de juillet en baisse** désavantagé par un calendrier scolaire décalé **mais rattrapé par un bon mois d'août**. Sur l'été, **une fréquentation française stable** avec près de 2 millions de nuitées françaises enregistrées mais **un léger retrait des clientèles étrangères**.

Une saison contrastée selon les prestataires et le secteur d'activité marqué par la **baisse du pouvoir d'achat**. Une hausse enregistrée dans les **locations saisonnières** (avec + 7% des nuits réservées en juillet août) et **dans les campings** (+11% de nuitées enregistrées sur la saison d'avril à septembre), **mais un recul dans l'hôtellerie**.

Une belle **arrière-saison** avec une météo particulièrement clémente qui a favorisé les départs de dernière minute et les courts séjours. Une fréquentation française en légère **hausse sur septembre** (+4% de nuitées françaises) avec une **belle fréquentation de nos clientèles de proximité**. Au global, **61% des professionnels du tourisme tarnais interrogés se disent satisfaits de la saison 2023**.

### TAUX DE SATISFACTION DES PROFESSIONNELLS DU TOURISME TARNAIS PENDANT LA SAISON



# 2

## DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE



# Espace Reynes

ESPACE DE VALORISATION DES DESTINATIONS TARNAISES ET ESPACE RANDO

### FRÉQUENTATION 2023

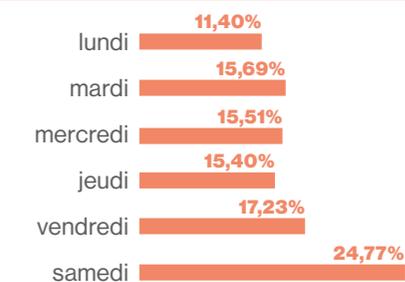
L'ESPACE ACCUEIL

**25 363**  
personnes

COUR DE L'HÔTEL  
REYNES

**97 852**  
personnes

Répartition  
de la fréquentation  
en 2023  
à l'espace Accueil



Source : compteur Winflow

### OUTIL DE TCHAT

Smartsupp, outil de live chat déployé sur notre site tourisme-tarn.com, nous permet d'échanger en direct avec les utilisateurs grâce à une fenêtre pop-up. Les échanges sont possibles en instantané ou hors connexion.

**1322**  
conversations

😊 **95%** de taux  
de satisfaction chez  
les utilisateurs

🕒 **1 min 18 secondes**  
de temps de réponse  
en moyenne

### TOP 3 DES DEMANDES SUR LE TCHAT EN 2023



### DEMANDES DE DOCUMENTATIONS

- ▶ **732** documentations distribuées en direct
- ▶ **3 046** documentations envoyées par courrier
- ▶ **1767** documentations téléchargées en ligne (+ 5 843 téléchargements du Petit Espanté via la pop-up)
- ▶ **17 550** consultations des documentations en ligne





## BOX TARN

Afin de valoriser les produits tarnais et les circuits courts de l'économie locale une box 100 % Tarn composée de produits artisanaux et alimentaires est disponible. Le contenu de cette box évolue en fonction des saisons, ce concept correspond également à une demande croissante des consommateurs qui favorisent le commerce local. Elles sont commercialisées sur notre site [www.tourisme-tarn.com](http://www.tourisme-tarn.com), et à l'espace Reynès.

- ▶ 2 box produits artisanaux et locaux
- ▶ 3 box gourmandes saveur du Tarn
- ▶ 2 coffrets découverte et dégustation de la maison des vins

## MONOPOLY TARN

**La version tarnaise du Monopoly est toujours disponible. 22 villes et villages Tarnais** sont présents sur cette version et propose un tour du Tarn en 40 cases. La boîte de jeu a été entièrement personnalisée aux couleurs du département. Le Monopoly Tarn a pour vocation de proposer à chaque joueur de découvrir ou redécouvrir le Département du Tarn et ses richesses et de donner envie de prolonger cette découverte par des visites dans le monde réel.

Afin de poursuivre la valorisation du territoire sous une forme plus ludique et expérimentale la version grandeur nature est également proposée lors d'opérations événementielles ainsi qu'à l'espace Reynès.



# Communication

## UN NOUVEL UNIVERS GRAPHIQUE

Un univers de marque enrichi, fidèle à la plateforme de marque Le Tarn vous veut du bien et désormais porteur du nouveau virage responsable. Une collection d'accroches et une boîte à outils graphique, dans l'air du temps.

## LES EDITIONS

### ▶ MAGAZINE

Conception de la 7<sup>e</sup> édition du magazine **Le petit espanté**. Sortie en février 2023. 50 000 exemplaires édités et distribués



### ▶ CARTES

**Carte pleine nature** : réimpression. 40 000 ex.

**Partenariat Logis du Tarn** : impression set de table 25 000 ex.



### ▶ BOURSE D'ÉCHANGES AUX DÉPLIANTS TOURISTIQUES

Cette 34<sup>ème</sup> édition s'est déroulée à Castres. Le format "Drive" a été maintenu car les échanges se font plus facilement et rapidement entre les participants.

**15 Offices de Tourisme** et regroupement d'offices de tourisme étaient présents accompagnés par 9 structures touristiques (Conservation Départementale, les Campings du Tarn, Clévacances, le Comité Départemental de Randonnée Pédestre, les guides du Tarn (AGIT), la fédération de pêche ou encore le Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc). 9 Offices de tourisme limitrophes du Département étaient également présents et ont commandé des brochures (Haute-Garonne, Aveyron et Tarn-et-Garonne).



**180 000** dépliants touristiques ont été échangés entre les offices de tourisme lors de cette matinée.



## PRODUCTION DE CONTENUS



### PHOTOS

#### Mission Production de photos emblématiques LE TARN VOUS VEUT DU BIEN

##### Photographe Luc Beziat

- Convivialité en terrasse
- Logement insolite
- Apéro concert
- Séjour en famille
- Séjour prestige
- Repas entre amis
- Baignade en milieu naturel

#### Mission Tarnaises ! Roadtrip avec 3 influenceuses sur 5 jours

**Objectif :** montrer le Tarn "feel good", rajeunir la cible

- Trois nanas en road trip
- 5 jours
- 8 expériences



### PHOTOS ET VIDÉOS DES EXPÉRIENCES

#### Réalisation d'un film VIENS SURVOLER LE TARN

Un voyage aérien au-dessus des paysages du Tarn.

**Réalisation Dominique Viet – Texte Olivier de Robert – Voix Alexandre Fabre.**

De monts escarpés en vallons secrets, de cathédrales fauves en villages perchés, de rivières sauvages en forêts profondes, toute la diversité de cette terre tarnaise se révèle et t'emmène en voyage.

**Renouvellement droits photos** sur des productions Buchowski, Miles and Love, Maman Voyage



### LA PHOTOTHEQUE EN LIGNE

Refonte graphique et technique de la plateforme photos. tourisme-tarn.com

- Moteur de recherche amélioré avec plus de critères d'affinage
- Rubriques repensées
- Indexation, ajouts, tri et suppressions (droits expirés).



Chiffres

**2611**

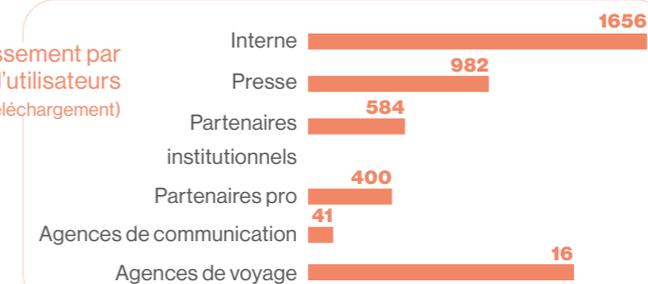
**fichiers disponibles**  
(suppression de nombreuses photos inutiles)

**4298**

**téléchargements au total,**  
tous groupes confondus  
(3523 en 2022).

**520** utilisateurs inscrits

Classement par catégories d'utilisateurs  
(en nombre de téléchargement)



CAMPAGNE DE COMMUNICATION 2023

# LE TARN VOUS VEUT DU BIEN, LA SAISON DES PREUVES

LES OBJECTIFS

- Notoriété**  
 Poursuivre le travail engagé pour faire émerger le Tarn comme une destination durable et slow sur les bassins de proximité des métropoles TOULOUSE + MONTPELLIER
- Séduction**  
 Communiquer sur des contenus servicielles auprès de cibles affinitaires
- Engagement**  
 Communiquer sur des sélections d'offres commerciales thématiques

► AFFICHAGE

153 000€ D'ACHAT D'ESPACE

3 vagues d'affichage entre avril et septembre  
 → 1<sup>ère</sup> vague : semaine 15 + semaine 16  
 → 2<sup>ème</sup> vague : Semaine 23  
 → 3<sup>ème</sup> vague : semaine 38 et semaine 39  
 Une collection de 7 visuels pour illustrer toutes les facettes du territoire

► AFFICHAGE MOBILIER URBAIN

Couverture des centres villes et les agglomération. Des réseaux 2m<sup>2</sup> stratégiques, visibles des piétons et des automobilistes : mobilier urbain et abribus.

400 espaces réservés pour des campagnes d'affichages sur les réseaux bus et mobiliers urbains (abribus, panneaux)

**Toulouse :**  
679 195 personnes touchées en 7 jours

**Montpellier :**  
265 480 personnes touchées en 7 jours



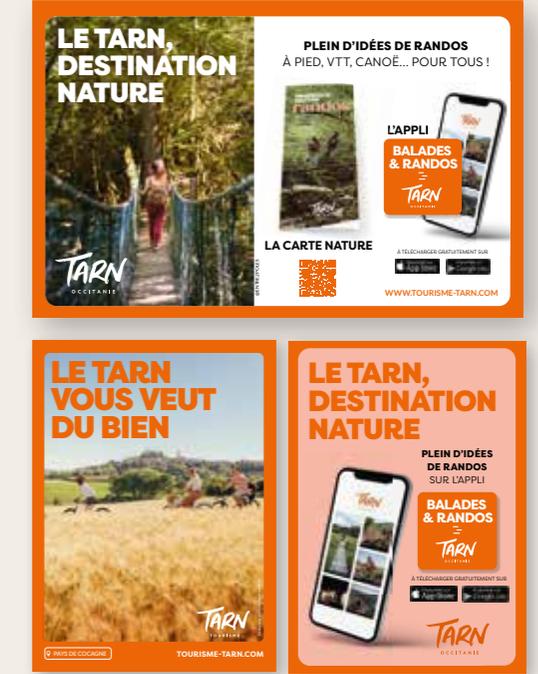
NOUVEAUTÉS 2023

- AFFICHAGE TRAMWAY**  
 → Affichage en complément de l'affichage classique. **À Toulouse** pour toucher le secteur Ouest péri-phérique : cibles CSP+ de l'aéronautique. Adhésivage de 8 portes + 8 baies.  
 • 2 semaines en avril  
 • 2 semaines en septembre
- AFFICHAGE VÉLÔTOULOUSE**  
 → Un média tactique, en phase avec les nouveaux enjeux de mobilité.  
 → Affichage sur les carters des vélos grâce à un sticker réfléchissant visible de jour et de nuit.  
 → ½ parc - affichage tous le mois de juin



► INSERTIONS PRESSE

- Supplément Destination Tarn**  
 La Dépêche du Midi – Mars 2023
- Guide Week-End La Dépêche du Midi**  
 Avril 2022
- Guide de l'Eté - La Dépêche**  
 1 page Club des sites – Juin 2023
- Guide de l'Eté**  
 Journal d'ici + Tarn libre - juin 2023



## CAMPAGNES SOCIAL MEDIA

Instagram / Facebook / TikTok / Pinterest  
Budget **60k€**

### 4 niveaux de campagne dans l'année

- 1 • Notoriété et Trafic :** Meta/Pinterest/Tik Tok  
avril à juillet + septembre à novembre  
budget media Meta : **25K** - budget media Tik Tok : **5K** - budget media Pinterest : **5K**
- 2 • Engagement :** 1 campagne thématique Les Others  
avril -mai  
budget media : **15K**
- 3 • Conversion :** campagne Offres commerciales  
**Les Bons Week-ends**  
mi-septembre à novembre  
budget media : **10K**
- 4 • Sponsorisation de posts** -- Instagram / Facebook/Pinterest - Budget : **11.5k€**  
De l'animation organique
  - Pour plus de visibilité des posts
  - Pour plus d'interactions
  - Pour toucher de nouvelles cibles
  - Pour rajeunir la base fan Facebook

### ► CAMPAGNES 100% PAID

Toucher des cibles plus jeunes en privilégiant les sujets engagés :

- Pour plus de visibilité
  - Pour faire plus d'interactions
  - Pour toucher de nouvelles cibles
  - Pour rajeunir la base de fans
- Meta + Pinterest + Tik Tok**

### ► CAMPAGNE META

Cible : Famille



#### PRINTEMPS

Niveau 1 : Séduction

**Objectif** → Faire connaître la destination et soutenir la fréquentation pendant les vacances de printemps et les longs week-ends du mois de mai  
Date : début avril à mi-mai

**Budget : 4000€**

**Micro contenus :** Vidéo 4:5

Niveau 2 : Information

**Objectif** → Indiquer les 5 choses à faire dans le Tarn spécial famille

**Date :** début mi-mai à juin

**Budget : 3500 €**

**Micro contenus :** FB - Instant expérience

#### AUTOMNE

**Objectif** → Faire connaître la destination et soutenir la fréquentation pendant les week-ends et vacances de la Toussaint

**Date :** septembre à novembre

**Budget : 5000 €**



#### RÉSULTATS OBTENUS SUR LA CAMPAGNE PRINTEMPS :

- **10,6 M** d'impressions
- **517 000** vues de vidéos à 3 sec.
- **55 500** clics sur lien



#### RÉSULTATS OBTENUS SUR LA CAMPAGNE AUTOMNE :

- **5,3 M** d'impressions
- **37 600** clics sur lien
- **25 000** vues de pages de destination

### ► CAMPAGNE PINTEREST

Cible : Famille + couples



#### Séduction

**Objectif** → Donner de l'inspiration au début du parcours d'achat des choix de vacances d'été. Cibler les femmes qui sont décisionnaires.

**Date :** début avril à mi-mai

**Budget : 5000€**



#### RÉSULTATS OBTENUS SUR LA CAMPAGNE :

- **1,9 M** d'impressions
- **8 000** clics sur lien

### ► CAMPAGNE TIK TOK

Cible : Famille + couples



#### Séduction

**Objectif** → Toucher une cible plus jeune susceptible de se rendre sur la destination, jouer la transparence et partager des idées d'activités à faire

**Date :** début avril à mi-mai

**Budget : 5000€**



#### RÉSULTATS OBTENUS SUR LA CAMPAGNE :

- **3,8 M** d'impressions
- **509 130** vues de vidéos à 3 sec.
- **16 000** clics sur lien

### ► CAMPAGNE THÉMATIQUE LES OTHERS META

Niveau 1 : Séduction

**Cibles affinitaires :** VTT, Vacances, Tourisme responsable, Cyclotourisme, Nature, Sentier de grande randonnée ou Vélo

**Objectif** → Faire connaître la destination, pousser de l'information par des contenus inspirés

**Date :** début avril à mi-mai

**Budget : 5000€**

Niveau 2 : Information

**Objectif** → Donner des informations clés de choses à faire avec du contenu inspirés

**Date :** mai

**Budget : 2000€**



#### RÉSULTATS OBTENUS SUR LA CAMPAGNE :

- **5,2M** d'impressions
- **468 700** vues de vidéos à 3 sec.
- **33 321** clics sur lien

### ► PARTENARIAT CASTRES OLYMPIQUE / TARN TOURISME

**Réalisation d'un document :** 5 idées pour un week-end dans le Tarn.

Diffusion lors des match de Coupe d'Europe auprès des clubs adversaires

Opération événementielle en partenariat avec Saveurs du Tarn – 28 janvier 2023 – match CO-Bordeaux



## RELATIONS PRESSE

## UNE STRATEGIE DE RELATIONS PRESSE RENFORCÉE

## + D'OUTILS DE RELATION PRESSE

- **3 workshop presse** : IMM de Londres, IMM de Paris, ATF Pays-Bas Amsterdam
- **1 Dossier de presse annuel**  
« Carte blanche pour une mise au vert dans le Tarn »
- **3 Dossiers de presse thématiques**  
« 8 étapes dépayssantes et proches pour rêver d'ailleurs », « Périple à l'essentiel dans le Tarn »  
« 5 façons de se rafraîchir dans le Tarn »
- **1 dossier de presse ciblé** pour la presse néerlandaise et britannique « city trip et villages tarnais »
- **2 communiqués de presse / mois**
- **1 Voyage de presse** (Presse nationale française)
- **1 blogtrip secret**
- **1 Instameet** « Vin et vélo » en partenariat avec le CRTL Occitane
- **Accueils** presse individuels
- **Envoi de Relaces presse**, synopsis et pitch TV



## DE NOMBREUX JOURNALISTES ACCUEILLIS

**47 JOURNALISTES  
ET INFLUENCEURS**  
ont été accueillis dans le Tarn.

34 français – 13 étrangers  
32 journalistes – 15 influenceurs

Plus de 50 contacts journalistes de la presse régionale et nationale ont été traités avec la préparation et la gestion de dossiers presse et la préparation d'interview à distance.



## UNE AUGMENTATION DES RETOMBÉES PRESSE

boostées par les actualités fortes du territoire

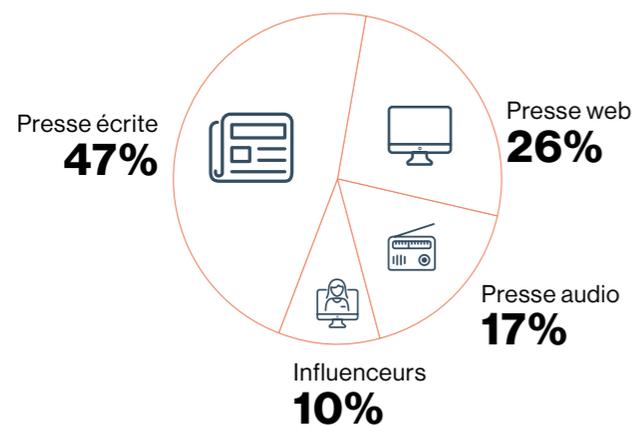
### 170 RETOMBÉES PRESSE SUR LES GRANDS MÉDIAS FRANÇAIS

(hors presse locale) contre 127 en 2022

Soit ↗ **33,8%**

(Les story/post multiples influenceurs sont comptabilisés comme 1 parution)

#### Répartition par type de médias



#### Une augmentation des reportages TV et radio

↗ **142%** de presse TV et Radio

- 2 reportages France 2 Télématin
- 2 reportages 13H de France 2
- 3 reportages 13H et 20H TF1
- 1 reportage Géo
- 1 reportage France 5
- 1 reportage France 3 Ô la belle vie
- 1 reportage C8
- Reportages radio : France bleu, Sud Radio, Europe 1...

#### Audience

**14 770 859** exemplaires diffusés

**75 797 024** lecteurs

**50 092 000** Auditeurs et téléspectateurs

**441 259 500** Visiteurs/mois

Chiffres Data Presse cumulés

#### Equivalence publicitaire

**4 260 964 €**

d'équivalence publicitaire contre 3 005 000 € en 2022

Soit ↗ **41,79%** / 2022

## MARCHÉS ÉTRANGERS

### UNE FIDÉLISATION DES CONTACTS PRESSE ÉTRANGERS

#### PARTENARIATS PRESSE ET INFLUENCEURS

Dans le cadre du programme tremplin G4 en partenariat avec le CRTL

- **Marché Belge, britannique & espagnol** : accueil influenceurs
- **Pays-Bas** : Workshop Amsterdam + Newsletter presse ATF
- **Belgique** : Partenariat Presse RTBF TV chaine 1 (matinale la plus suivie devant Télématin, 33% PDM, 50 000 téléspectateurs), radio Vivacité (1<sup>er</sup> Radio francophone, 15,4% PDM, 560 000 auditeurs quotidiens) et le Journal de l'évasion (90 000 visiteurs mensuels, 23 000 abonnés)
- **Grande-Bretagne** : Partenariat Presse Magazine "France Today" (220 k lecteurs, 150 k visiteurs uniques/mois)
- **Espagne** : Partenariat Viajes National Geographic (3000 pages vues, 157 clics, 10 000 impressions)
- **France** : Campagnes TV France 3 Bordeaux - France 3 Ile de France

#### DES CONTACTS PLUS RÉGULIERS AVEC LES JOURNALISTES SUR NOS MARCHÉS PRIORITAIRES

- Dossier de presse 2024 en version anglaise
- 1 Dossier de presse thématique City trips et villages en version anglaise
- Constitution d'un fichier presse suite aux workshops pour envoi de communiqués réguliers

#### +DE RETOMBÉES PRESSE ÉTRANGÈRE

- **49 retombées** presse et influenceurs Sur les médias espagnols, belges, britanniques, néerlandais, japonais et canadiens



## SALONS

DES SALONS THÉMATIQUES  
ET OPÉRATIONS DE PROMOTION DE PROXIMITÉ

## THÉMATIQUE

- **Carrefour de la Pêche & des Loisirs**  
Clermont Ferrand du 20 au 22 janvier
- **La Roue Tourne sur Garonne**  
le 11 février
- **Salon Occ'Ygène** Toulouse  
du 31 mars au 2 avril
- **Congrès des Pompiers** Toulouse  
du 4 au 7 octobre

## PROXIMITÉ

- **Foire de Printemps**  
Montpellier du 17 au 20 mars
- **Airbus Toulouse**  
le 20 avril (9 restaurants/7 850 repas)
- **Continental Toulouse**  
le 9 mai (2 300 salariés)
- **Festival What A Trip** Montpellier  
du 28 septembre au 1 octobre

## LOCAL

- **Tarnivores Albi** place du Vigan – les 9 et 10 juin
- **La Route d'Occitanie** Graulhet le 16 juin
- **Caravane du sport Tarnais** du 23 juin au 19 août (14 étapes)

## NATIONAL

- **Salon du Tourisme de Nantes**  
G4 du 27 au 29 janvier
- **Salon du Tourisme de Rennes**  
G4 du 27 au 29 janvier
- **Salon de l'Agriculture**  
du 25 février au 5 mars

## ETRANGER

- **Allemagne** : CMT Stuttgart du 14 au 22 janvier



## PASS TARN

## UNE OFFRE RENFORCÉE

Le Pass Tarn est un dispositif qui s'adresse aux résidents tarnais majeurs, leur permettant de bénéficier de gratuités et remises chez nos sites partenaires sur présentation de leur Pass. L'occasion de devenir de véritables ambassadeurs de notre département, de (re)découvrir des sites trop souvent méconnus et les faire découvrir à leur famille ou amis de passage dans le Tarn.

LES CHIFFRES CLÉS  
DU PASS TARN :

**4885 MEMBRES**  
dont 914 souscriptions en 2023

**58 offres**  
proposées  
sur le catalogue en ligne

**5 CATÉGORIES**  
Loisirs, Musées,  
Patrimoine, Savoir-Faire  
et Visites guidées

**8 NEWSLETTERS**  
envoyées avec un taux  
d'ouverture de 37%  
en moyenne

**2731**  
adresses mail opt-in

## LES CHIFFRES CLÉS

**5 991 CONTACTS**

**3 392**  
Petit Espanté diffusés

**6 010**  
Cartes Touristiques

**4 094**  
Cartes Nature

**1780**  
Flyer générique  
Club des sites

**600**  
brochures Séduction (allemand)

STRATÉGIE NUMÉRIQUE RENFORCÉE

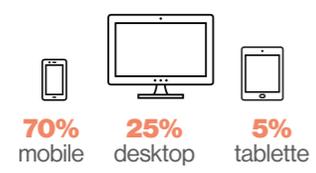
# LE SITE INTERNET DE SÉDUCTION GRAND PUBLIC TOURISME-TARN.COM

UN SUPPORT PERFORMANT

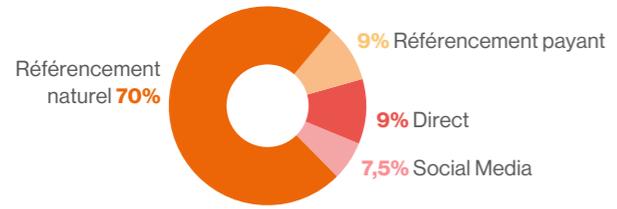
**1,1 Millions de visites**  
stable / 2022

**8 Millions de pages vues**  
↗ 242% / 2022

RÉPARTITION  
DU TRAFIC



PRINCIPAUX CANAUX D'ACQUISITION



CAMPAGNES ADWORDS

**162 741 clics**  
23 850€ budget

- Performance Max : **44 471 clics**
- Hébergement : **32 041 clics**
- Territoire : **25 174 clics**
- Balades et randonnées : **22 683 clics**
- Restauration : **21 794 clics**
- Séjours thématiques – Tarn réservation Tourisme : **16 430 clics**



VERSIONS ÉTRANGÈRES

- Un contenu ciblé et sélectionné selon les marchés
- UK → 8 274 visiteurs uniques → **42 234** pages vues
  - DE → 2 795 visiteurs uniques → **15 064** pages vues
  - ES → 10 959 visiteurs uniques → **64 872** pages vues

SOCIAL MEDIA

# 2023 : UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA ENGAGÉE

ACCOMPAGNEMENT PAR L'AGENCE  
MY DESTINATION

Objectifs :

- Créer et développer une stratégie de communication responsable
- Notoriété et fidélisation de la destination autour du positionnement Le Tarn vous veut du bien



**FACEBOOK**  
**234 000 fans** sur la page  
« vos vacances dans le Tarn »



**INSTAGRAM #TOURISMETARN**  
Avec un rythme de 4 à 5 publications par semaines, nous partageons de belles photos de la destination (photos Tourisme Tarn, Offices de Tourisme et internautes). La croissance des stories, en moyenne 14 par mois permet de renouveler les contenus et de montrer la destination avec des formats différents (stories territoires, gastronomies, « vu par vous », agenda, guides,ect)

**25 485 abonnés**  
↗ 10% en 2022

**2 113 546 Impressions/contenus vus**  
↗ 37% en 2021

La fréquence de publications a été diminuée pendant l'année 2022 ce qui par conséquence baisse la visibilité du compte pour l'année.  
Plus de 200 stories / 542 480 impressions des stories



## MESURER POUR PROGRESSER

Dans le cadre du virage responsable engagé avec la démarche RSE et le déploiement d'une stratégie de communication, Tarn Tourisme s'appuie sur la démarche Progrès-Score développée par Kairn pour mesurer l'efficacité et améliorer en continu l'impact de nos communications. Le Progrès-score analyse les outils numériques des destinations touristiques grâce à un algorithme prenant en compte plus d'une centaine de critères, organisés en 4 notes distinctes :

- **Performance digitale** : une analyse de la visibilité / audience, des interactions significatives, de la conversion, de la performance technique de l'écosystème digital
- **Pollution numérique des outils et contenus**
- **Engagement environnemental et sociétal** : évaluation des prises de paroles sous l'angle IT for Green / for Good
- **Ethique** : respect RGAA / RGPD, captation de données et bien-être numérique, campagnes...

Cette évaluation permet de noter l'écosystème digital par une étiquette sur une échelle de A à F. Le Progrès-score permet ainsi d'identifier les points de progression et de réajuster ses actions en conséquence. Analyse de nos supports de communication du 01/07/2022 au 30/06/2023

- **Outils analysés** : site web/Facebook/Instagram/Social Ads
- **Echantillon analysé** : 50 pages du site/25 publications Instagram/25 publications Facebook/10 social ads
- **Notre étiquette** : 2,38



## EN CONCLUSION

- **Site web** : un socle technique qui nécessite une évolution pour optimiser la performance, l'expérience utilisateur
- **Une stratégie de contenus** en phase avec le positionnement et les engagements
- **Réseaux sociaux** : un engagement éditorial visible mais une production de contenus à renforcer.

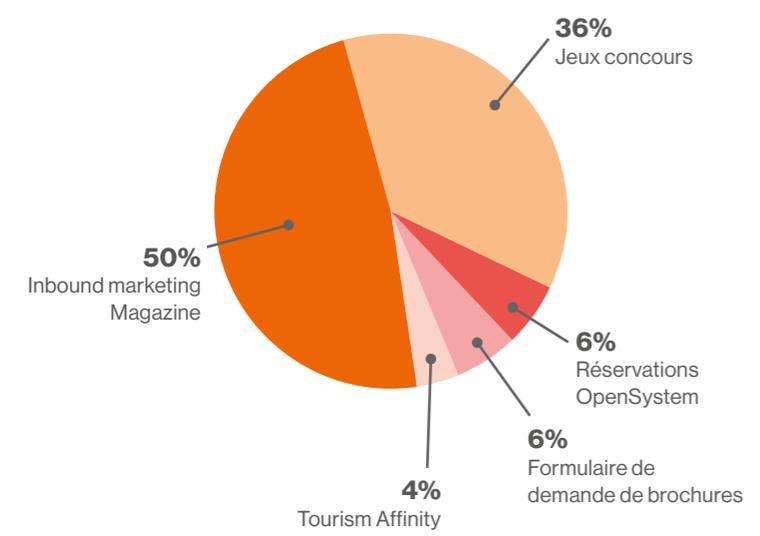
GRC

# UNE STRATÉGIE GESTION RELATION CLIENT

## SOURCES DE COLLECTE

→ **17 800 nouveaux contacts**

nouveaux contacts opt-in ont été récoltés en 2023 pour compléter notre base d'abonnés à la newsletter Le Petit Espanté. Ils proviennent des sources de collecte suivantes :



## NEWSLETTERS - CIBLES GRAND PUBLIC & PROFESSIONNELS

**Newsletter le petit espanté**  
**47 800 adresses email opt-in grand public** soit  
 ↗ 24% vs N-1 (38 500 adresses en 2022)

**26 newsletters** bi-mensuelles diffusées :  
 → Taux d'ouverture de **23%** en moyenne\*  
 → Taux de clic de **7%** en moyenne\*

**Newsletter espace reynès**  
**5 newsletters** diffusées aux **10 000 Tarnais** abonnés à la newsletter Petit Espanté afin de présenter l'agenda de l'Espace Reynès  
 • Taux d'ouverture de **22%** en moyenne\*  
 • Taux de clic de **7%** en moyenne\*

**Newsletter pass tarn**  
 → **8 newsletters** diffusées aux 3 000 adhérents du Pass Tarn  
 → Taux d'ouverture de **37%** en moyenne\*  
 → Taux de clic de **6%** en moyenne\*

**Newsletter pro**  
**8 newsletters** diffusées à près de 3 000 professionnels du tourisme tarnais  
 → Taux d'ouverture de **29%** en moyenne\* (vs 26% en 2021)  
 → Taux de clic de **7%** en moyenne\* (vs 4% en 2021)

\* Taux de référence Sendinblue des emailings marketing dans le secteur du tourisme à l'international : 23% de taux d'ouverture, 1,39% de taux de clic

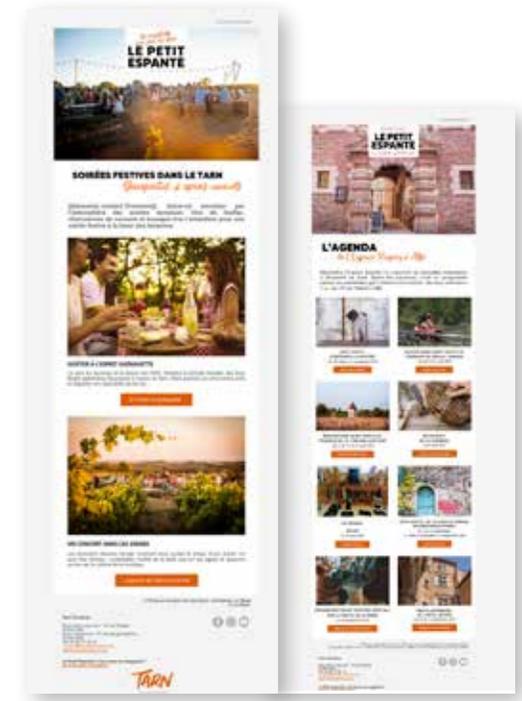
## JEUX-CONCOURS / PARTENARIATS

### 9 jeux-concours

ont été mis en place en 2023 dans l'objectif de collecter des adresses opt-in et augmenter le volume d'inscriptions à notre newsletter Le Petit Espanté : **plus de 50 000 participations** ont été enregistrées et un total de 6 834 adresses opt-in ont été récoltées via ces opérations.

### Ces actions ont été menées :

- auprès d'une cible de proximité en partenariat avec le Castres Olympique, Saveurs du Tarn, l'ATHPA et le Jardin des Martels
- auprès d'une cible nationale en partenariat avec le CRTL Occitanie



## CO-REGISTRATION

Un système de co-registration est mis en place avec les prestataires adhérents à l'Open System (système de réservation en ligne). Près de 1 200 adresses opt-in ont été collectées en 2023 via ce dispositif.

**PROJET RÉGIONAL GRC PARTAGÉE**

Implication de Tarn Tourisme dans un projet de Gestion de la Relation Client partagée, initié par le CRTL d'Occitanie. Différentes actions conjointes ont été mises en place en 2023 dans le cadre de ce partenariat :

- **4 jeux-concours** ont été organisés conjointement avec le CRTL Occitanie.
- **Animation partagée :**
  - 1 newsletter a été diffusée en juillet 2023 sur une thématique commune afin de communiquer auprès de nos bases respectives.
  - L'emailing présentant des activités famille a enregistré un **taux d'ouverture de 24%**.

## INBOUND MARKETING : COLLECTE DE DONNÉES VIA DU CONTENU PREMIUM

Un dispositif d'acquisition de contacts a été mis en place via des pushes sur notre site tourisme-tarn.com depuis août 2022. Les objectifs :

- **Collecter la donnée à moindre coût** en utilisant l'existant (le magazine Le Petit Espanté)
- Garder le contact avec nos prospects et susciter l'intérêt pour le Tarn grâce à un workflow de 3 e-mails diffusés à J+1, J+3 et J5

→ **Près de 6 000 adresses email opt-in** ont été collectées via ce dispositif en 2023.

## UNE DÉMARCHE COLLABORATIVE AVEC LES OFFICES DE TOURISME

**Objectifs :** unir nos forces pour collecter des données qualifiées et élargir notre audience. Mais aussi favoriser la venue/le retour sur le territoire et la consommation de services. Lancement du dispositif en partenariat avec 9 offices de tourisme partenaires :

- plus de **3 000 contacts récoltés** depuis mars 2023.
- Taux moyen d'ouverture de **80%** sur le 1<sup>er</sup> mail du parcours automatisé !

## ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

## COORDINATION ET PROMOTION

→ Poursuite des actions de l'**Accord Cadre pour la randonnée pédestre** avec le Comité départemental de la Randonnée pédestre et le Département du Tarn.

- Travail sur la démarche Qualité Rando
- Suivi du tour des territoires : Bilan des offres APN
- Suivi du déploiement de la plateforme Géotrek "Tarn pleine Nature" + Géotrek Admin
- Echanges réguliers des actus APN, CDESI, Outils et autres..

→ Copilotage de la redynamisation de l'**itinéraire Conques-Toulouse** (GR®65, 62b,36 et 46)

- Organisation et participation active aux rencontres (comités de pilotage et itinéraire)
- Création d'un document d'appel
- Organisation d'une conférence de presse et d'une journée inaugurale
- Accueil du média Chilowé
- Suivi des initiatives de mise en valeur et tourisme de l'itinéraire

→ Coordination départementale du **Label Accueil Vélo**

→ Contribution au **Tremplin vélo** du CRTLO

- Presse spécialisée
- Communication générale (Newsletters, cartes Décathlon, partenariats plateformes etc..)
- Jeu Concours vélo en Occitanie



→ **Suivi global des projets APN**

- GR736 Gorges et Vallées du Tarn
- Voie d'Arles GR653
- Véloccitanie
- Plan vélo...

→ **Présence sur des manifestations Pleine Nature**

Toujours un fort intérêt des clientèles de proximité depuis le contexte de crise sanitaire

**3 160 626 pages vues**

sur la page Trouver une randonnée en 2023

↗ **3% / 2022**



→ Poursuite du développement de l'**application dédiée à la pleine nature** présente sur Android et iOS (Mettre affiche A4 pour représenter) Balades & Randos Tarn 

**+ de 26 000 utilisateurs**

dont 7 200 nouveaux en 2023

**103 086**

Consultations

↗ 4% / 2022

**3 716 657**

Affichages

↗ 3% / 2022



→ **Partenariat avec la société Cirkwi**

Diffusion application + modules Cirkwi cdt  
+ ot + sites partenaires Cirkwi  
Janvier - Décembre 2023

- **7 373 876** affichages
- **164 664** consultations de parcours
- **6 604** téléchargements de GPX
- **15 624** impressions PDF
- **14 626** consultations de parcours

→ **Partenariat avec outdooractive**

- **297** itinéraires et 2 096 objets touristiques en synchronisation avec APIDAE
- **472 918** affichages, 34 008 consultations de parcours en 2023



→ **Diffusion sur IGN ignrando.fr**

- **25 225** affichages dans les résultats de recherche

## CLUB DES SITES

# LE CLUB DES SITES AU FIL DU TARN ET DE LA GARONNE (TARN ET TARN & GARONNE)

C'est un principe d'adhésion volontaire avec pour objectif l'échange de documentation sur les sites et chez les hébergeurs hôtels et campings participants à l'opération. Cette année, nous avons fusionné avec le Club des Sites du Tarn & Garonne

### Côté Tarn :

31 sites membres  
57 présentoirs flyers  
43 présentoirs cartes

Soit **96 lieux** de diffusions  
dans 51 villes ou villages.

### Les Bourses d'échanges :

- **3 bourses d'échanges**
- Aveyron Pont de Salars le 21 mars
- Tarn sous forme de drive parking du Parc des Expositions de Castres le 28 mars
- Tarn & Garonne salle des fêtes Nègrepelisse le 6 avril

### Présence du présentoir Club des Sites sur des opérations de proximité :

- **Salon Occ'Ygène Toulouse** du 31 mars au 2 avril avec la présence du Château de Penne & de la Cité de Sorèze.
- **Journée d'animation Airbus** le 20 avril & Continental le 9 mai Toulouse
- **Les Tarnivores** Place du Vigan Albi les 9 & 10 juin
- **Route d'Occitanie** Graulhet le 16 juin
- **Caravane du Sport Tarnais** (14 étapes) du 23 juin au 19 août
- **Festival What A Trip** Montpellier du 28 septembre au 1er octobre avec la présence du Château de Penne)
- **Congrès des Pompiers** Toulouse du 4 au 7 octobre

### Communication

- **Insertion Presse** dans la Dépêche du Midi - guide été
- **Insertion QR code** dans le Magazine "Le Petit Espanté" (édité en 50 000 exemplaires)
- **Site Internet** - 1 page Web : <https://www.tourisme-tarn.com/le-club-des-sites>

**11 700 pages vues**  
avec/3 560 visiteurs uniques



- **Campagne Social Média** : Cible Tarn, Toulouse, Montauban, Carcassonne, Montpellier du 12 juin au 17 juillet et du 28 septembre au 29 octobre
- **1 post lien vers la page de l'opération avec les 31 sites** – 4 carrousels lien thématique pour présenter chaque site avec un lien individuel :
  - Savoir Faire
  - Activité & Loisirs
  - Musées
  - Patrimoine
- **1 post lien vidéo (septembre) vers la page de l'opération avec 31 sites**

**558 074 personnes**

ont vu la publication 📈 105 790/2022

## TOURISME DE SAVOIR-FAIRE

Une filière très bien représentée dans le Tarn avec plus de **60 visites régulières (40 hors filière viticole)**. Le Tarn se place parmi les locomotives de la filière du tourisme de savoir-faire de la Région Occitanie.

UNE OFFRE RÉGULIÈRE TRÈS RICHE

**Le Tarn est très clairement en tête parmi les départements de la région** : une place qui s'explique par son histoire, ses savoir-faire d'excellence certifiés (2<sup>ème</sup> département qui compte le plus grand nombre d'entreprises labellisées EPV en Occitanie), l'implication d'institutionnels du tourisme dans la filière, sa proximité géographique avec Toulouse.

\*Chiffres diagnostic Entreprise & Découverte 2023



### LA RÉPARTITION PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

L'offre de visites est dominée par la **filière viticole (37%)**, une filière représentative et incontournable du département, suivie par le secteur des **métiers d'arts & artisanat (19%)**, de l'agroalimentaire (13%), et enfin **des métiers du cuir et du textile (11%)**, des secteurs identitaires du territoire tarnais.

\*Chiffres diagnostic Entreprise et Découverte 2023



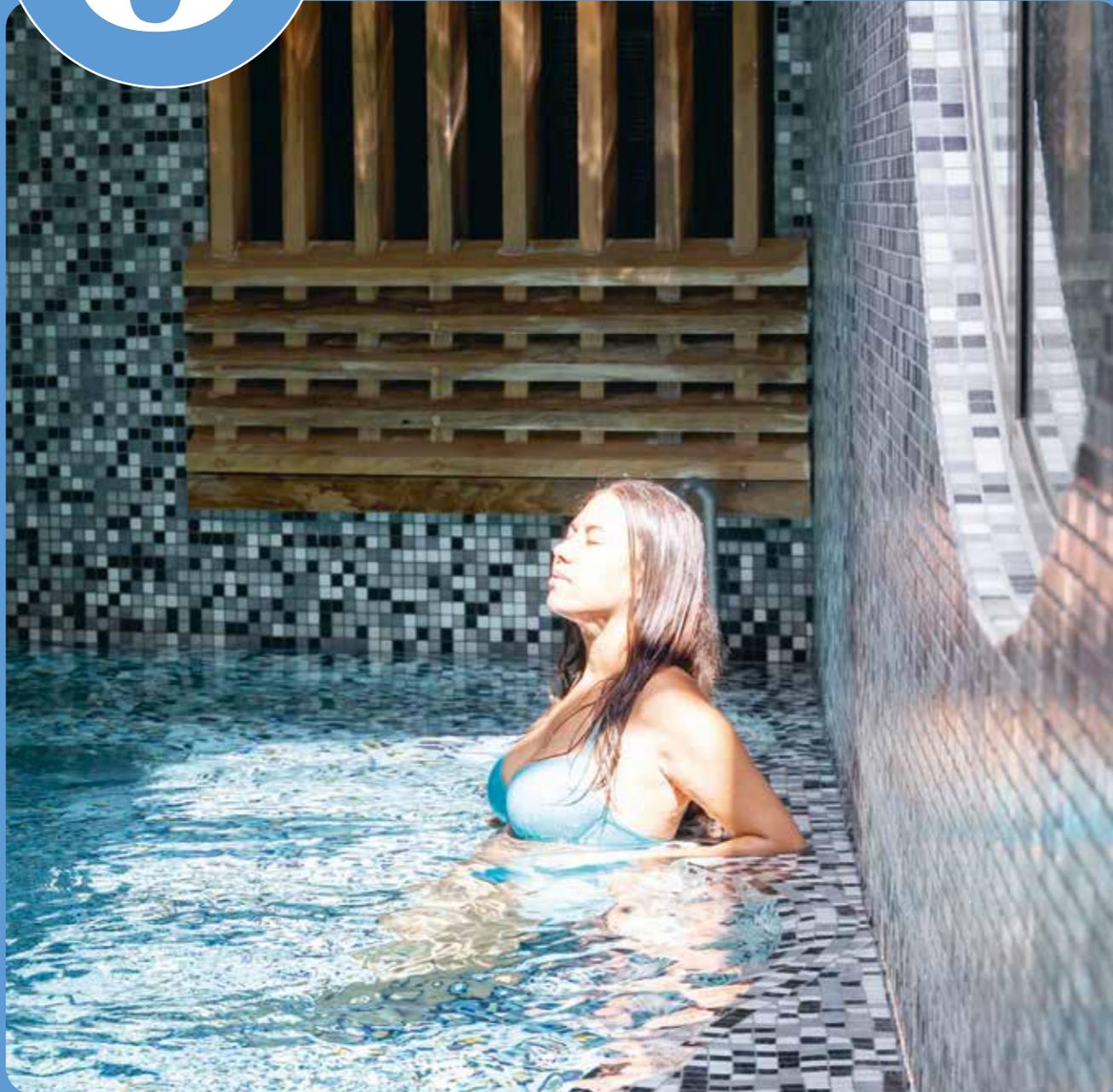
Le diagnostic mené avec entreprise et découverte a permis de mettre en place des actions en faveur de la filière :

- **Création d'une page web** dédiée répertoriant l'offre des visites d'entreprises
- **Participation aux Rencontres nationales de la visite d'entreprise**, et aux visites d'entreprises du vin et à Graulhet "Le cuir dans la peau"
- **Sortie du guide du Routard « La Visite d'Entreprise en Occitanie »**
- **Valorisation à l'espace Reynes** : Showroom du Tourisme de Savoir Faire en partenariat avec les entreprises et artisans Tarnais
- **Professionalisation des acteurs** : Envoi d'un emailing à destination des entreprises pour communiquer sur le calendrier des formations auxquelles peuvent avoir accès les entreprises de la filière.



# 3

## ACCOMPAGNER LES ACTEURS DU TOURISME VERS UNE TRANSITION NUMÉRIQUE, ÉCOLOGIQUE ET MONTÉE EN GAMME DES OFFRES



## Apidae L'INFORMATION TOURISTIQUE



### ► Une plateforme de gestion et de diffusion de l'offre départementale

- Membre du Comité de Changement :  
**4 séminaires de 3 jours** des animateurs  
+ réunion d'1h tous les 15 jours -> travail en  
groupe sur les évolutions de la plateforme
- Membre actif du Comité Exécutif  
(réunions régulières tout au long de l'année)
- Membre fondateur de la SCIC Apidae  
Tourisme

### VOLET DIFFUSION/ EXPLOITATION

#### Alimentation et suivi des projets numériques pour Tarn Tourisme :

- [www.tourisme-tarn.com](http://www.tourisme-tarn.com)
- [www.visit-tarn.com](http://www.visit-tarn.com)
- Cirkwi (qui alimente également IGN)
- OutdoorActive / MountainPass
- Table numérique Kalkin à l'espace accueil de Reynès
- Comité Régional du Tourisme : site internet grand public  
et Observatoire
- Alimentation de l'Open Concentrateur (Open System)
- Ecran d'information installé à l'espace accueil
- Application Balade & Rando Tarn
- Geotrek (Nouveau SIG du département)

### VOLET FORMATION / ACCOMPAGNEMENT

- Poursuite des **campagnes d'ateliers**  
#ApidaeChezVous copiloté par l'ensemble des  
animateurs Apidae
- **2 Club Utilisateurs** Avril et Novembre 2023 –  
50 participants
- **+ de 200h** de formation,  
d'accompagnement et de hotline des membres  
(création de projet numérique, aide à la  
rédaction de cahier des charges, suivi des  
passerelles, participation à des réunions, etc...)
- **Présentation d'Apidae à diverses structures**  
**CDT voisins**, mairies, communautés de  
communes ou autres prestataires de loisirs.

### AUTRES PROJETS

- Suivi du projet HIT piloté par le CRTL
- Suivi du projet DATAtourisme
- Veille et qualité de l'information touristique :  
Etats des lieux de l'offre bi annuelle, mise en  
place d'indicateurs trimestriels, sensibilisation  
aux droits à l'image, RGPD.

## CHIFFRES CLÉS 2023 DU TARN

- ▶ **21 membres**
- ▶ **132 utilisateurs** membres
- ▶ **237 utilisateurs** enregistrés (principalement des socio-professionnels)
- ▶ **118 projets** numériques (sites web, bornes, brochures connectées...)

## FIN 2023

- ▶ **9177 fiches publiées** dont 1870 fiches Fêtes et manifestations, données à forte valeur ajoutée.
- **23 200** recherches effectuées
- **27 619** fiches consultées
- **1 174** exports PDF générés
- **514** emails envoyés via Apidae



## LES CHIFFRES DU RÉSEAU À FIN 2023

**227**  
sociétaires  
clients  
(dont 684 structures  
territoriales)

**+ 480 000** données touristiques publiées  
**15 000 000** de données échangées chaque jour

  
**35**  
départements

  
**29**  
animateurs  
départementaux

  
**1120**  
clients  
(dont 525 structures  
territoriales)

  
**29 860**  
utilisateurs  
actifs

  
**3 818**  
projets exploitant les  
données de manière  
quotidienne

# Destination Campagne

Après une édition 2022 100% live avec un plateau en direct sur une journée, et avec les incertitudes liées à la crise sanitaire, Destination campagne s'est décliné en webinaires sur l'année 2023 en attendant un retour en présentiel pour 2024.

Ateliers, tutos, décryptages, tendances : Tarn Tourisme a conçu ces rendez-vous sous forme de webinaires en format court, 1 jeudi par mois environ sur 4 mois, animés par des professionnels, experts et témoins. Une programmation en accès libre et gratuite avec des contenus opérationnels et des outils concrets et pratiques.

4 Ateliers, un premier rendez-vous "prospective" avec 1 grand témoin sociologue puis 3 ateliers opérationnels, complétés une table ronde institutionnelle sur la question de la mobilité.

## ▶ Atelier 1

### Le tourisme de demain – Marc Halévy

Sociologue-expert, Marc Halévy, auteur de « Tourisme de demain, construire un nouveau voyage » paru en 2021, livrera son analyse sur l'évolution des tendances et des attentes et abordera les pistes pour se transformer et se démarquer. Le sociologue a détaillé 5 grandes ruptures et leur décryptage en 10 impacts sur le monde du tourisme.

## ▶ Atelier 2

**Quels réseaux sociaux et quels messages pour valoriser son offre responsable à la campagne ?**

## ▶ Atelier 3

**Faut-il investir TIKTOK :**

pour qui ? Pour quoi ? Avec quelles stratégies et contenus ?

## ▶ Atelier 4

**Les meilleures pratiques sur Instagram.**

Les ateliers se sont déroulés sous forme mixte, les webinaires en ligne étant aussi diffusés à l'hôtel Reynès. Au printemps, un séminaire d'experts a permis de mener une réflexion sur l'édition 2024 de Destination Campagne, cette fois en présentiel.



**Destination  
campagne**

LES RENDEZ-VOUS  
DE L'INNOVATION  
TOURISTIQUE  
À LA CAMPAGNE



# Accompagnement WegogreenR

Nous sommes partis du constat que plus de 70% des voyageurs ont exprimé leur volonté de commencer à voyager de manière plus responsable. Par ailleurs, le champ d'action sur cette thématique pour les professionnels du tourisme est encore flou. Tarn Tourisme a donc souhaité s'investir auprès de ses hébergeurs pour les accompagner dans une démarche éco-responsable et leur donner les clés de leur transition (ajouter visuel).

## Ce parcours 100% digital comprend :

- ▶ 16 cours + des quiz + certification qui répondent aux enjeux environnementaux.
- ▶ Un état des lieux suivi d'un plan d'action clair et facile à suivre.
- ▶ Une centrale d'achats dédiée aux solutions éco-responsables pour passer facilement à l'action, en gagnant du temps et en économisant.

## En bonus :

- ▶ un simulateur d'économies
- ▶ des kits de communication à destination des visiteurs
- ▶ des webinaires d'expert ou d'hébergeurs chaque trimestre
- ▶ un accès à la communauté d'hébergeurs engagés pour s'entraider et partager des bonnes pratiques.

## La formation est flexible et accessible pendant 1 an :

- ▶ l'hébergeur se forme à son rythme.
- ▶ 3 hébergeurs se sont lancés en 2023 et sont satisfaits du parcours de formation. Certains ont déjà mis en place des actions concrètes.
- ▶ Le partenariat sera renouvelé en 2024.



# Démarches qualité et de progrès

## MARQUE QUALITÉ TOURISME SUD DE FRANCE OCCITANIE



Ce label est piloté par la Région Occitanie, en lien étroit avec l'Etat, le Comité Régional du Tourisme et des loisirs, les Départements et leurs partenaires dans les territoires (CDT).

Le label Qualité Tourisme Occitanie Sud de France permet de développer et d'optimiser la qualité de l'accueil et des prestations que les sites proposent aux touristes. Le label régional est reconnu au Plan Qualité Tourisme national. Une entreprise qui s'engage obtient simultanément la marque nationale et le label régional. Le rôle du CDT du Tarn dans ces démarches qualité est d'accompagner la région pour :

- ▶ renforcer la communication et la promotion des marques sur nos outils (site internet notamment et newsletters)
- ▶ suivre avec le CRTL occitanie, les professionnels marqués.



## Nouveauté pour 2024 :

Qualité Tourisme va devenir un écolabel. En effet, près de 100 critères éco responsables vont être rajoutés aux différentes grilles de mesure.



## QUALIFICATION CHAMBRE D'HÔTES RÉFÉRENCE

5 Offices de Tourisme du territoire sont engagés de manière active dans cette démarche de qualification portée par ADN Tourisme. La qualification CHR fait partie des critères obligatoires pour l'obtention de certains labels, notamment Accueil Vélo, Vignobles et Découverte...

ADN Tourisme organise régulièrement (2 fois / an) des réunions d'information et de partage d'expérience pour animer le réseau de la qualification Chambre d'hôtes Référence.

En 2023 : 14 hébergements visités et qualifiés ; 43 chambres d'hôtes certifiées

### ▶ Mars 2023 : 4 dossiers

- 1 (Office de Tourisme La Toscane Occitane)
- 2 (Office de Tourisme d'Albi)
- 1 (Office de tourisme de Castres/Mazamet)

### ▶ Septembre 2023 : 10 dossiers

- 6 (Office de Tourisme d'Albi)
- 2 (Office de tourisme de Castres/Mazamet)
- 2 (Office de Tourisme La Toscane Occitane)



# Tourisme et Handicap

La marque nationale s'inscrit dans la démarche d'intégration des personnes en situation de handicap en termes d'accueil et d'accessibilité, avec deux objectifs :

Apporter une information fiable, descriptive et objective de l'accessibilité des sites et équipements touristiques en tenant compte de tous les types de handicaps ;  
Développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre généraliste.

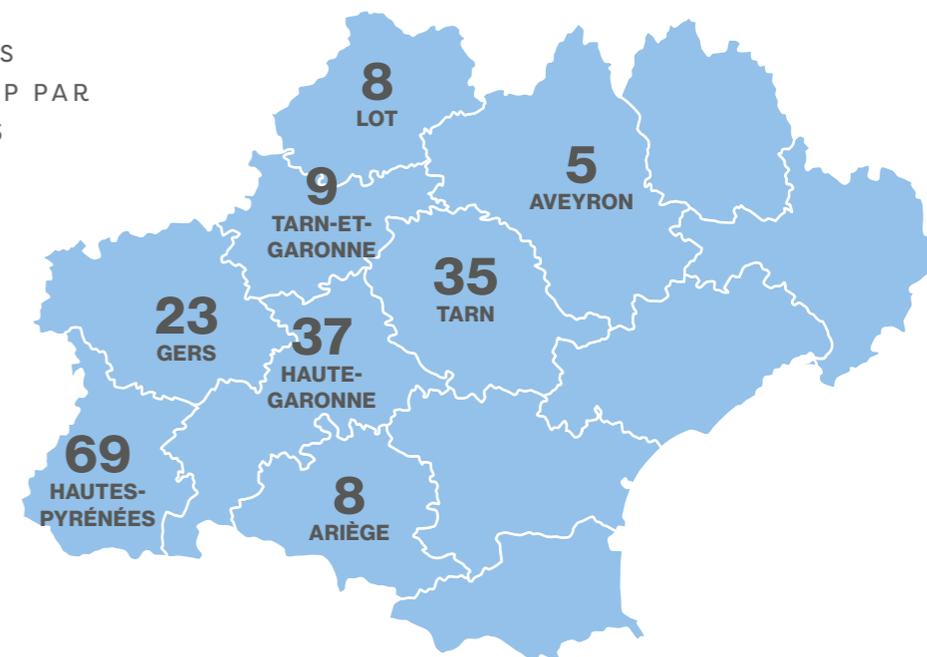
Durant l'année 2023, le CDT et ses partenaires/évaluateurs (CAUE, CCI, Conseil Départemental, Parc naturel du Haut Languedoc, Gîtes du Tarn, Clévacances et ATHPA) ont poursuivi cette mission :

- ▶ Réalisation de 13 visites d'évaluation (14 visites en 2022)
- ▶ 8 sites présentés en commission en 2022 et la totalité a obtenu la marque pour 5 ans (4 visites et 4 nouveaux dossiers).

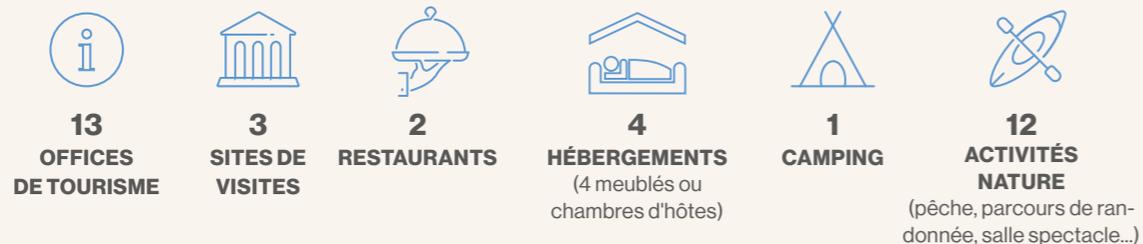
AU TOTAL  
**35 sites labellisés**  
(38 en 2022)



## NOMBRE DE LABELLISÉS TOURISME ET HANDICAP PAR DÉPARTEMENT EN 2023



### RÉPARTITION DES SITES LABELLISÉS DANS LE TARN EN 2023



Poursuite de la promotion des sites marqués grâce à notre brochure actualisée chaque année et diffusée à tous les offices de tourisme du Tarn et téléchargeable sur notre espace pro.



4

VALORISATION COMMERCIALE  
AIDE À LA MISE EN MARCHÉ  
ET À LA COMMERCIALISATION



## L'Open expériences en 2023

### NOTRE PARC EN 2023

EN PASSERELLE : 524



CAMPING  
CTOUVERT  
UNICAMP 20



RÉSERVIT  
HÔTEL 22



GÎTES ET  
CHAMBRES  
D'HÔTE GITES  
DE FRANCE 482

EN DIRECT : 138



MEUBLÉS 39



CHAMBRE  
D'HÔTES 38



BILLETTERIE/  
ACTIVITÉS 36



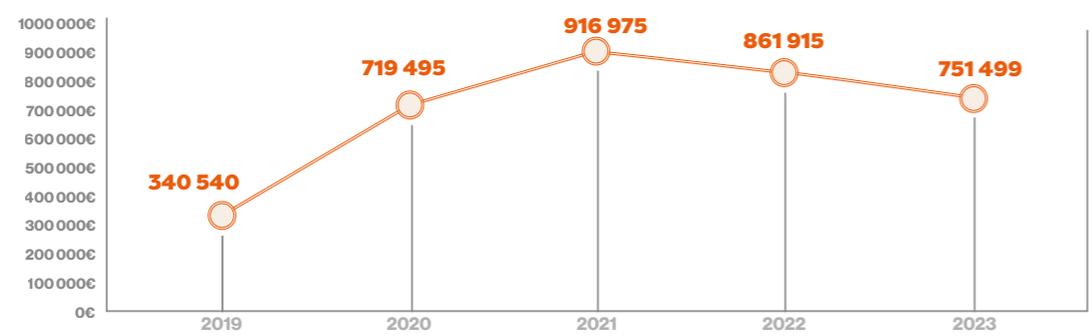
CAMPING 25

*Pour rappel en 2022*

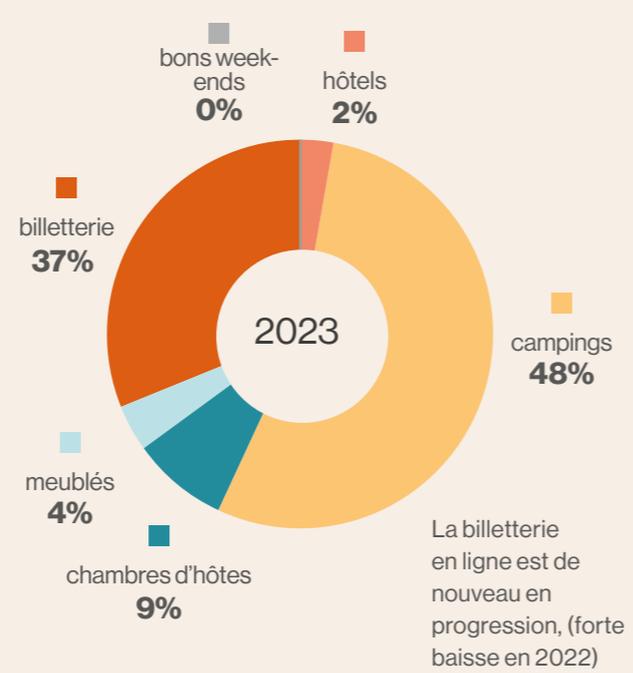
524 en passerelle  
et 132 en direct

CHIFFRES ET ÉVOLUTION 2023

Evolution du volume d'affaires de la place de marché (en €)



Place de Marché par catégorie



Le top 4 des évènements, activités ou site en volume d'affaires



Le top 4 des évènements en nombre de transactions



## LA CUSTOMISATION DES OFFRES "LES BONS WEEK-END"

### Objectif affiché :

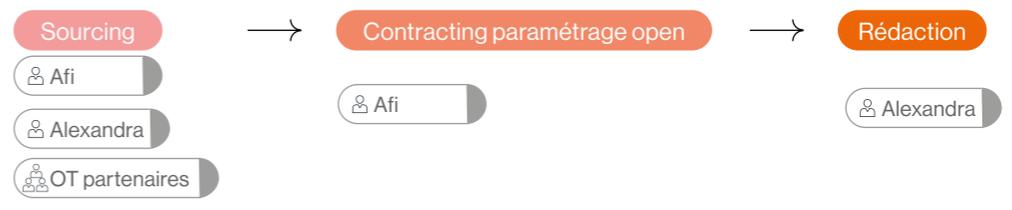
- ▶ Aller plus loin : affirmer le positionnement de la destination « Le Tarn vous veut du bien » et apporter les preuves de la promesse :
- ▶ Une stratégie de communication et de commercialisation basée sur une offre week-end sélectionnée, répondant aux attentes de nos cibles définies, réservable en ligne avec une orientation principale : montrer le réel bénéfice pour le client.
- ▶ Intégrer les enjeux d'un tourisme durable et responsable
- ▶ Renforcer notre engagement aux côtés des acteurs et partenaires, au service de l'expérience client.



## ORGANISATION DU PROJET

### PHASE 1 CRÉATION & COMMERCIALISATION

#### ÉQUIPE TARN TOURISME ET OT



### PHASE 2 PROMOTION & SUIVI DES PERFORMANCES

#### ÉQUIPE TARN TOURISME ET OT



## LA COLLECTION D'OFFRES

Une sélection d'offres pour tous les budgets et toutes les envies : insolite, bien-être, luxe, gourmand...

- Septembre - Décembre 2023
- 13 offres en ligne
- Plusieurs hébergements en cours d'intégration du dispositif [Château de Fiac, Camping Les Auzerals, Hauts de Broze (chambre d'hôtes), Les 2 cabanes, Domaine d'En Fargou] ainsi qu'une sélection d'hébergements dans le Sidobre et Castres-Mazamet.

## UN PROJET EN PARTENARIAT AVEC...

- Office de Tourisme La Toscane Occitane
- Office de Tourisme Castres/Mazamet
- Office de Tourisme aux Sources du canal du midi
- Office de Tourisme Sidobre Vals et plateaux
- Office de Tourisme du Ségala carmausin :
- Office de Tourisme Terre d'Autan Office de Tourisme de la Vallée du Tarn
- Paramétrage des offres sur open billet
- Mobilisation des prestataires pour le paiement en ligne
- 7 réservations de bons cadeaux sur la 1ère semaine de diffusion de la newsletter
- 19 réservations de séjours en chèque cadeau pour un VA global généré aux prestataires de 5267 euros
- Communication sur différents supports :
  - la newsletter Le Petit Espanté
  - tourisme-tarn.com
  - écran extérieur (porche reynes)
  - espace Reynès

## LES VENTES

### 15 dossiers de réservation

#### 7 dossiers en pré-résa

Volume d'affaire généré directement au prestataire : **898 €**

**8 dossiers** en réservation ferme (avec paiement en ligne)

Volume d'affaire généré directement au prestataire : **1287 €**

VA total : **2185 €**

**Origine clients :** Région Toulousaine, Occitanie, Tarn



## SUPPORTS DE COMMUNICATION

- Un livret papier (salons) & digital
- Une newsletter dédiée



## LES BONS WEEK-ENDS : CAMPAGNE 100% TRAFIC

### Campagne automne Meta - Facebook - Instagram

**5 K€ investis**

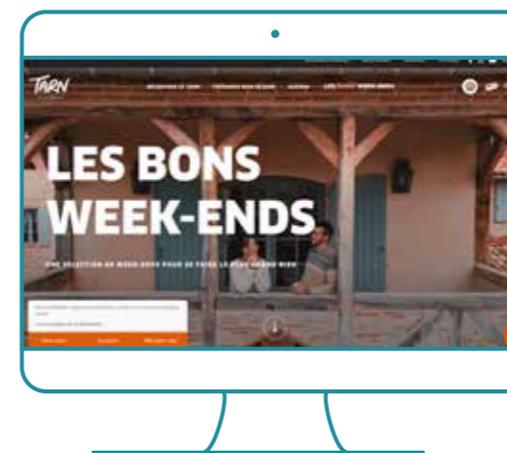
**2,9M** d'impressions publicitaires

**28 000** pages vues

**33 000** clics vers le site

### Résultats campagne Facebook : clics sur les vignettes

- 1 Zelena Hora : **7477 clics**
- 2 Château de Salettes : **2015 clics**
- 3 Aux rives de la Courtade : **1832 clics**
- 4 Domaine du Buc : **1667 clics**
- 5 Hôtel Delga : **734 clics**
- 6 Guest room le Parc : **597 clics**
- 7 Les Vents bleus : **501 clics**
- 8 L'Autres Rives : **450 clics**
- 9 Sur mon chemin : **308 clics**
- 10 Hôtel du pont : **285 clics**



## LES CHÈQUES CADEAUX BONS WEEK-ENDS

- Ajout d'un bouton d'achat de chèque cadeau pour offrir le séjour (dès début décembre 2023)

### Axes d'amélioration : objectif conversion

- Poursuite de l'amélioration du tunnel d'achat :
  - optimisation UX design**, contenus et hiérarchisation de l'information
- Continuer le travail engagé sur le **référencement SEO** - Coaching Les Conteurs : poursuivre la montée en compétence de l'équipe
- Actionner les bons **leviers de trafic et conversion** : campagne Google Ads, social Ads, campagne digital avec site affinitaire, campagne publicitaire, partenariat RP

# PARTENARIATS COMMERCIAUX

## LE COMITE REGIONAL DU TOURISME ET DES LOISIRS D'OCCITANIE

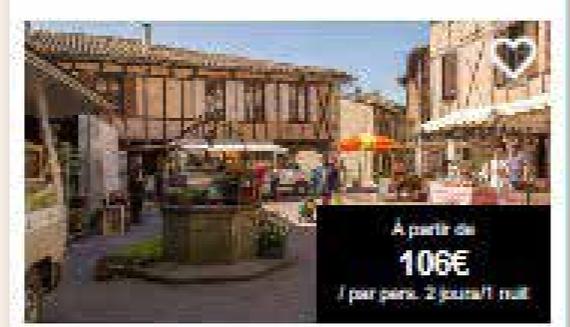
Le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs, visibilité et référencement de nos offres (logo occitanie à conserver)

- **Sélection d'offres mises en avant sur le site du CRTL**, dans des rubriques spécifiques : Bien-être, insolite, gastronomie et vins...
- **L'Occitanie Rail Tour** : 2 offres dans le Tarn (Gaillac et Albi) image Occitanie Rail Tour  
Allez-y en train ! Pas besoin de voiture avec l'Occitanie Rail Tour <https://www.tourisme-occitanie.com/widget-ort/>
- **Séjours nature ou escapades urbaines**, randonnées à pied ou à vélo, week-end bien-être ou à la découverte du patrimoine et de la gastronomie : découvrez notre sélection de séjours où tout est prévu pour de belles vacances sans voiture.

Ces séjours vous sont proposés à partir de gares-étapes situées sur les lignes de l'Occitanie Rail Tour. Ils sont donc très facilement accessibles en train. Idéal pour découvrir de nouveaux horizons en mode zéro carbone!



Albi et ses trésors, deux jours pour s'émerveiller  
ALBI



Vins et farniente dans le vignoble de Gaillac  
GAILLAC



## LE COMITÉ SOCIAL D'ETABLISSEMENT AIRBUS

Une communication essentiellement digitale pour les offres Tarn et Aveyron, via un catalogue en ligne paru en Avril 2023

- **Une journée de promotion dans les restaurants d'Airbus** en Avril 2023, à la sortie de la Brochure Escapades du CSE : image opération resto CSE Airbus
- **Animation dans les 9 restaurants** gérés par le CSE Airbus Opérations - Présence du CRTL, du CSE et des partenaires, répartis dans les 9 restaurants
  - 65 partenaires présents: ADT, OT et privés
  - Présence de 11h30 à 14h, derrière un stand aux couleurs de l'Occitanie
  - Rencontre avec les salariés: conseils, informations, distribution de documentation à valorisation de toute l'offre touristique et gastronomique en Occitanie
  - Valorisation de la nouvelle brochure, téléchargeable immédiatement via un QR Code .



AU TOTAL  
**+ de 10 000**  
 salariés touchés  
 par cette opération



# Service commercial cibles

## LOISIRS / AFFAIRES / EVENEMENTIELS / PRO

Une équipe de trois "couturiers de la Destination" dédiée à la valorisation, au développement et la commercialisation des prestataires touristiques Tarnais et des prestataires en relation directe avec cette filière sur trois modèles :



Commercialisation packagée directe

Apporteur d'affaires

Conseil

Avec l'appui des ressources partagées de Tarn Attractivité

### NOS RÉSULTATS

CA JANVIER À NOVEMBRE 2023 :

**841 000 €**

**938 629 €** en 2022

(avec dossier Bugatti, soit 190 000 €)

**Tourisme de Loisirs :**

**841 000 €**

Dont cible clubs de collectionneurs voitures **224 000 €** et Tourisme Affaires **120 000 €**



### PLUS EN DÉTAILS ...

**496 devis en 2023 dont**

**228 dossiers confirmés**

**27 dossiers repositionnés sur 2024**

**88 dossiers annulés**

**153 dossiers non retenus / manque de clients inscrits, marché concurrentiel, capacités hôtelières, tarifs...**

**325 prestataires dont 163 avec qui nous avons contracté**

### SATISFACTION CLIENT

Questionnaire qualité transmis à chaque client trois jours après la fin du séjour

- ▶ **228 contrats**
- ▶ 1/3 de retours
- ▶ Taux d'ouverture 47 %
- Taux d'abandon : 0 %
- Taux de réponses :



4 retours défavorables concernant la restauration + une réclamation logistique



### GAGNANTS / GAGNANTS

Nous travaillons avec une équipe de prestataires, nos partenaires très fidèles, en évolution perpétuelle de par le nombre et l'évolution de leur travail en termes de professionnalisme, de qualité et de fiabilité.

Une équipe de prestataires se sont mobilisés à nos côtés cette année pour valoriser le potentiel de la destination en partageant leurs compétences, en s'investissant, en nous accompagnant sur les opérations de promotion commerciale, en nous conseillant ...

*"Se réunir est un début, rester ensemble est un progrès, travailler ensemble est la réussite"*

H Ford



## UN NOUVEL ENGAGEMENT

# LE TARN VOUS VEUT DU BIEN

**Engageons-nous dès aujourd'hui pour que nos lendemains respirent.**

Ensemble, nous souhaitons poursuivre la valorisation de la transition énergétique et écologique du département du Tarn en finançant des projets locaux de plantation qui contribuent à la lutte contre le changement climatique.



Ferme des Grands Chênes  
Mme et M. Friedli  
Mme Benoît-Latour



Mme Bénédicte Benoît-Latour

Plantation de 600 arbustes sur l'exploitation de la Ferme des Grands Chênes à Castelnau de Montmiral, financée par le rallye international 2022 Bugatti France dans le Tarn / Occitanie.



### Pourquoi ?

**La Contribution Carbone Volontaire** consiste à compenser votre impact carbone directement là où vous avez émis vos Gaz à Effet de Serre. Tarn Tourisme et Climat Local vous invitent à compenser vos émissions de GES en soutenant des projets de développement durable, sur le territoire du Tarn, en lien avec les acteurs du tourisme.

### Comment ?

**Cocher sans modération la case verte**, c'est simple et ça fait du bien : pour chaque passager transporté dans le Tarn, vous pouvez compenser ses émissions de GES en finançant un projet local pour seulement 0,50€ ttc par passager. Tous les ans, Tarn Tourisme choisit d'aider un ou plusieurs projets en fonction de la somme recueillie et valorise votre contribution à travers le site internet de Climat Local.



[www.climatlocal.com](http://www.climatlocal.com)

## PROMOTION COMMERCIALISATION

Participation à 10 opérations commerciales organisées par le CRTL Occitanie, Atout France, ADN Destination groupes ; autocaristes/groupistes, Saveurs du Tarn ... en partenariat avec quelques prestataires Tarnais :



### Pour la valorisation de leurs Savoir-faire :

la maison Labastide, les Salaisons Oberti, les Logis  
Les hotels d'Orléans d'Albi, Mercure Albi, Fusies Lacauene



## SALON AUTOCARISTES JOSY / JANVIER- MOLSHEIM

Salon organisé par l'autocariste sur invitation et regroupant une centaine de prestataires en catalogue ou en cours d'intégration.



## WORKSHOP MIRABILIA

Il est organisé en France et dans le Tarn pour la première fois par la CCI, chef d'orchestre, avec Tarn Tourisme à ses côtés / Janvier-Tarn

### Evènement en chiffres

#### ► 10 CCI participantes

Aude – Aveyron – Gard – Hautes-Pyrénées – Lot – Lozère  
Puy-de-Dôme – Pyrénées Orientales – Côte d'Or  
Saône-et-Loire – Tarn

#### ► 82 vendeurs et 41 acheteurs

19 français – 6 allemands – 3 belges – 3 anglais – 2 italiens –  
2 espagnols – 1 suédois – 1 suisse – 1 néerlandais – 1 polonais  
1 République Tchèque – 1 danois

#### ► 2 journées d'éductour

#### ► 1 184 rendez-vous B2B programmés

► **Un budget de 135 K€** avec la participation financière et logistique de Tarn Réservation Tourisme, du Conseil Départemental du Tarn, du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie, de la région Occitanie, de la ville d'Albi, de l'Office de Tourisme d'Albi, du Musée Toulouse-Lautrec et du Parc des Expositions d'Albi.



## SALON RÉTRO MOBILE / FÉVRIER - PARIS

Salon fait en visiteurs sur 1 jour avec organisation de RDV sur les stands et prises de contact en direct.



## SALON SIA / FÉVRIER - PARIS

Opportunité de convier des prospects autour d'un événementiel avec les ressources mises à disposition sur l'espace Bistro Tarn



## SALON INTERNATIONAL RDV FRANCE / MARS-PARIS

- Opération organisée par Atout France en relais avec les CRT et les CDT
- 2 jours de rencontres professionnelles autour de près de 700 exposants et 800 acheteurs et prescripteurs internationaux représentant pas moins de 60 pays.



## WORKSHOP NATIONAL ADN DESTINATION GROUPES / AVRIL-PARIS

Evènement organisé en interne par le club d'adhérents composé de 36 destinations.

- **36 destinations** représentées par des Agences départementales et des Offices de Tourisme qui se rassemblent pour valoriser leurs offres « groupe » auprès de plus de 280 prescripteurs de sorties pour groupes : mairies, associations culturelles et sportives, autocaristes, agents de voyages, ainsi que membres de CSE du grand bassin parisien. Partenariat avec le centre des Monuments nationaux.



## SALON IFTM-TOP RESA / OCTOBRE-PARIS

Un salon multi-cibles couvrant tous les motifs de déplacements : loisirs, affaires, MICE & événementiel, groupe & digital.

30 349 professionnels du tourisme se sont rendus sur le salon pour visiter les 1 400 marques et 170 destinations présentes.

- **Focus sur la Destination France** avec une zone d'exposition dédiée au marché français avec un large panel d'acteurs de l'industrie touristique française : office du tourisme, Comité Départemental du Tourisme, Comité Régional du Tourisme, réceptifs, hébergements, sites et monuments, groupistes...
- **Espace en partenariat avec l'OT du Ségala**, l'hôtel Fusies Lacaune et Mercure Albi.
- **Animation sur l'espace France** en partenariat avec la CCI sur les deux offres spécifiques à la Route des couleurs avec l'agence Impulsion Tourisme.



## WORKSHOP MIRABILIA LIPARI

- **300 vendeurs** (environ 250 italiens et 25 vendeurs du groupement France, Grèce, Bulgarie et Croatie) et d'une petite centaine d'acheteurs (20 à 30 du groupement Etats-Unis, Chine et Israël et le reste de divers pays européens).



## WORKSHOP OCCITANIE CRT

Le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie fait évoluer sa stratégie marketing, avec pour objectif d'associer des entreprises aux filières prioritaires comme le tourisme d'affaires. Les clubs d'entreprises sont ainsi intégrés directement aux actions menées en faveur des filières

- **Rendez-vous d'automne en Occitanie** : soirée networking + trois circuits d'éductours



## SALON EPOQUAUTO / NOVEMBRE - LYON

Installé par le Club des 3A sur 80 000m<sup>2</sup>, le salon Epoqu'Auto a connu ces dernières années un succès exponentiel avec un résultat en 2023 de **95 000 visiteurs**.

- Ce salon consacré aux voitures et motos de collection, accueille plus de 60 clubs de marque et des collectionneurs passionnés. C'est pour nous un véritable vivier de prospects et un RDV devenu incontournable avec le bénéfice du "bouche à oreilles"

### Base de données sur trois fichiers qualifiés

Fichier Ingénierie 4149 contacts dont

- **1420 clients**
- **2729 prospects**
- Fichier Tourcom (réseau agences de voyages) **771 contacts**
- Fichier ADN Destination groupes **8000 contacts**

Actions commerciales fichiers prospects



## ATTIRER / FIDELISER / INTERAGIR

- ▶ Envoi de **newsletter mensuellement** segmentées sur les cibles et zones géographiques
- ▶ Organisation **d'éducteurs privatisés** et consécutifs aux opérations de promotion commerciale
- ▶ Envoi **emailing catalogues ciblés** (automne et Printemps)
- ▶ Envoi **mailing catalogues ciblés** en accord avec la démarche RSE
- ▶ Envoi **emailing avec proposition d'envoi catalogue papier** dans un second temps

### ORGANISATION EDUCTOURS

- ▶ **21 eductours** ont été organisés consécutivement à un salon ou autres opérations commerciales
- ▶ **Partenariat réseau**
  - CRT L / CLUB MICE • ADN • ATOUT FRANCE
  - Partenariat avec les institutionnels / OT en faveur du développement de la commercialisation de la destination
  - Eductours de repérages privatisés clients



### POURSUITE ET RENFORCEMENT DES PARTENARIATS

- ▶ **Route des Couleurs** en partenariat avec Tarn Tourisme et à l'initiative de la CCI du Tarn en lien avec le CDT de Haute-Garonne et l'ADT Aveyron et les OT des sites retenus.
- ▶ **Eductour et workshop Mirabilia** à l'initiative de la CCI du Tarn, en partenariat avec Tarn Tourisme avec l'implication des OT du territoire, CRT L'Occitanie/ reconduction 2024.
- ▶ **Renouvellement Journée des Internes** à l'initiative du Conseil Départemental du Tarn en co organisation avec Tarn Tourisme.
- ▶ **Partenariats renforcés avec le CRT** (éductours, actions de promotion commerciale) en lien avec les OT.
- ▶ **Climat local** dans une dynamique d'implication en soutien du développement durable.
- ▶ **Partenariats de commercialisation prestataires et OT.**

## NOS ÉDITIONS

- ▶ **CATALOGUE GROUPES LOISIRS 2024**
  - Patrimoine
  - Savoir-Faire / Expériences
  - Vignoble - Terroir et gastronomie
  - Pleine nature avec bases départementales / équestre, rando, VTT électrique, golf ...
  - Événementiels festifs
- ▶ **CATALOGUE CLUBS DE MARQUES 2024/25**
- ▶ **CATALOGUE GROUPS LOISIRS ANG**

## NOS PAGES SUR LE SITE TARN TOURISME

Audience du site [www.tourisme-tarn.com](http://www.tourisme-tarn.com) / pages groupes  
Avec 6 entrées principales



**65**  
produits en ligne

**14 610**  
pages vues

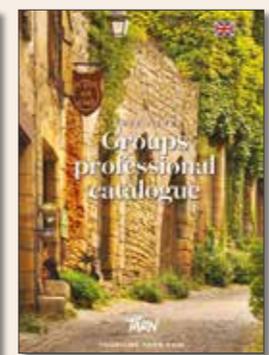
- ▶ **Les newsletters** : taux d'ouverture 35 %  
Nouvelle page dédiée Les espantés du volant

- ▶ **Escapade touristique**  
30 aout au 1 septembre 2024  
Ouvert aux individuels et petits groupes

**Objectif** : fidéliser et renouveler chaque année

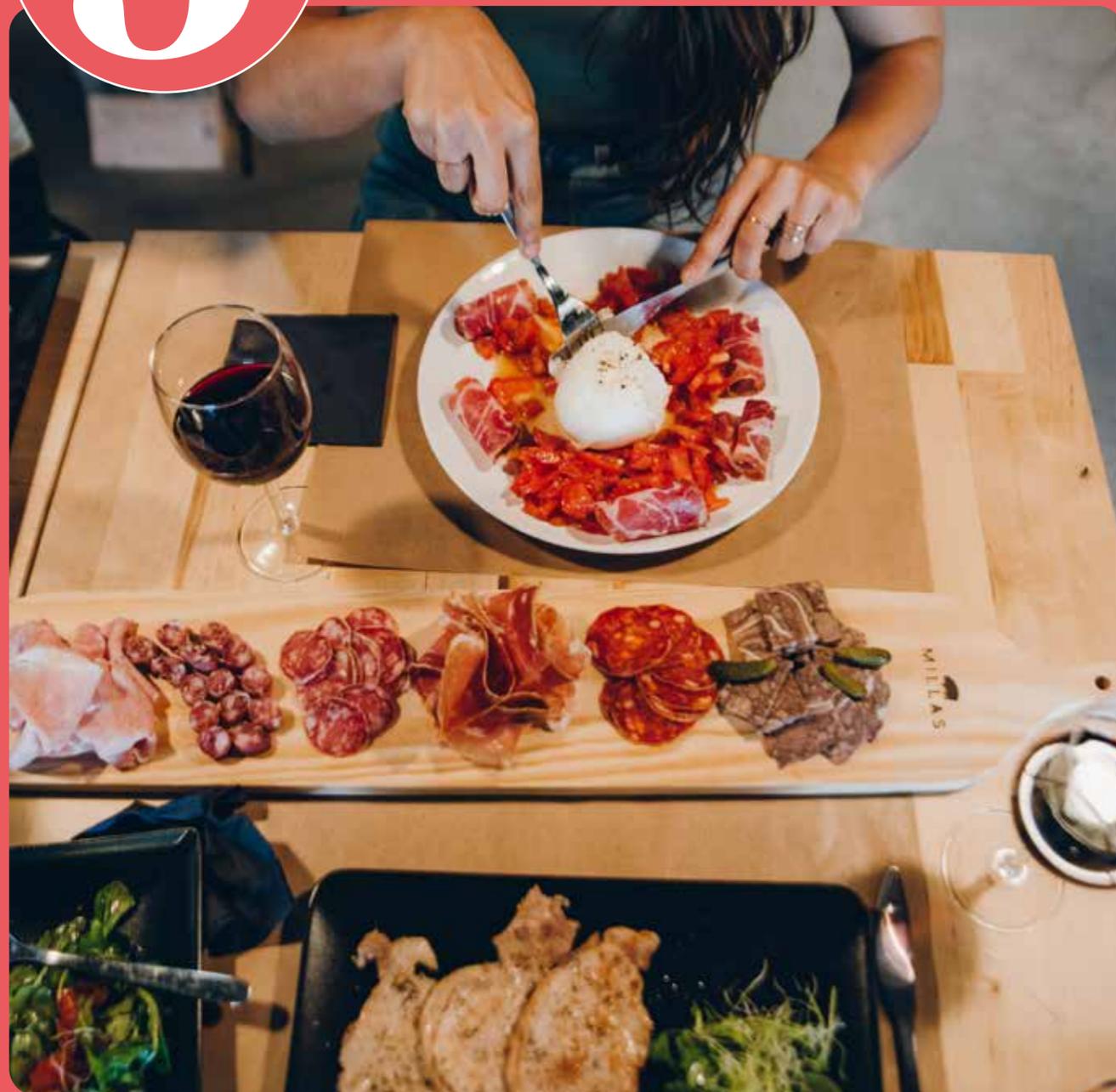
## OBJECTIFS 2024

- ▶ **Poursuivre notre dynamique** avec toujours plus de pertinence, en cohérence avec les besoins "CLIENTS".
- ▶ **Se différencier, se renouveler...**
- ▶ **Renforcer notre positionnement** sur les cibles ascendantes.
- ▶ Travailler un **nouveau positionnement sur la cible affaires** correspondant au potentiel et à l'offre du territoire (nouveau catalogue commercial 2025, opération séduction sur le marché Toulousain, Tarnais (Le Tarn à Toulouse le 12 septembre 2024 Hôtel Opéra) ...
- ▶ **Renforcer notre présence sur les salons autocaristes privés.**



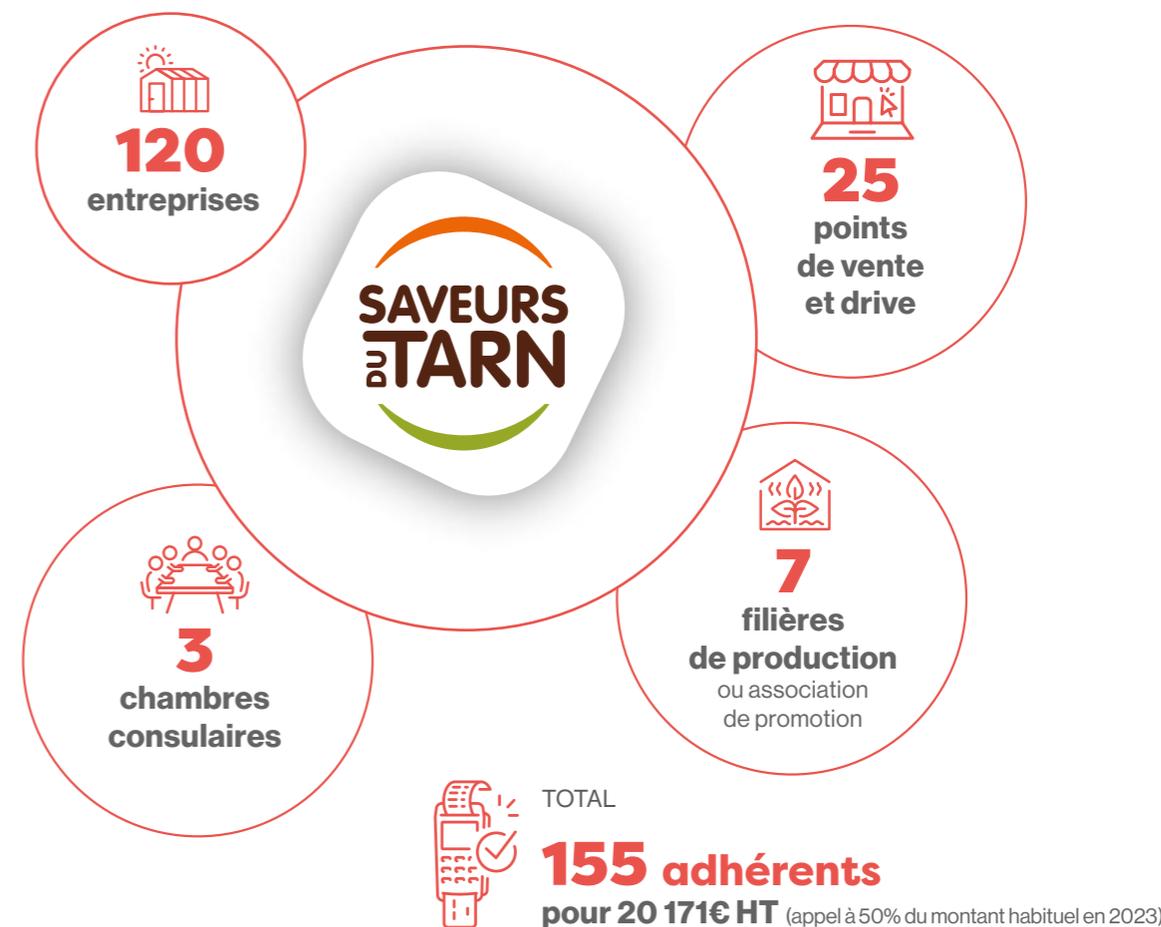
# 5

MARQUE SAVEURS DU TARN



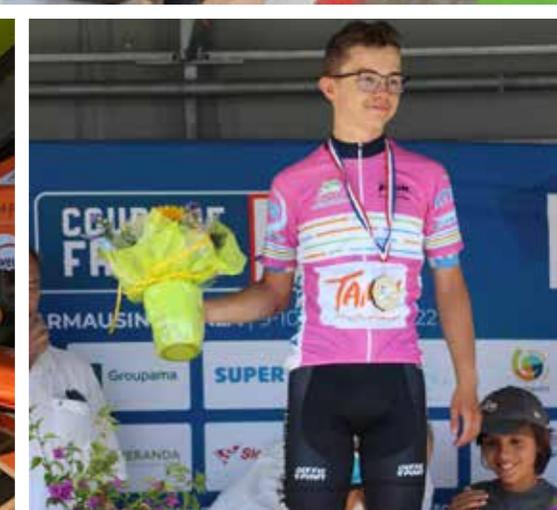
## Saveurs du Tarn

NOMBRE D'ADHÉRENTS 2023



## ACTIONS VERS LE GRAND PUBLIC

ACTIONS	ENTREPRISES PARTICIPANTES	
<b>SALON DE L'AGRICULTURE DE PARIS</b> FÉVRIER	BISTROTARN + 5 stands de vente 	<b>1200</b> repas servis <b>2500</b> bouteilles vendues <b>2800</b> verres de vins  pour un total de <b>72000€ TTC</b> de chiffre d'affaire
<b>TARNIVORES EN FETE</b> JUIN	25 entreprises 	Près de <b>2000</b> visiteurs sur 2 jours
<b>FOIRE AUX VINS</b> dans 4 INTERMARCHÉ MAI	15 entreprises	
<b>ANIMATIONS ESTIVALES EN MAGASINS</b> ÉTÉ	6 magasins	
<b>PAUSE GUITARE</b> 5 AU 9 JUILLET	12 entreprises + aide financière	<b>3200</b> repas servis sur le VIP
<b>FÊTE DE LA CHARCUTERIE</b> JUILLET - LACAUNE	dons de produits	
<b>FÊTE DE L'AIL</b> AOUT GAILLAC	dons de produits	
<b>SALON DU RUGBY</b> ALBI - SEPTEMBRE	7 entreprises + le BISTROTARN 	
<b>CONGRÈS DU SDIS TOULOUSE</b> BLAGNAC OCTOBRE	BISTROTARN 	Près de <b>500</b> repas servis en 4 jours
<b>VINITARN</b> 11 ET 12 NOVEMBRE 2023	7 entreprises, dons de produits et numéraire pour un total de <b>3000€</b>	Environ <b>1000</b> entrées
<b>MARCHÉ DE PRODUCTEURS</b> MAISON RÉGION ALBI DÉCEMBRE	7 entreprises	



## ACTIONS VERS NOS ADHÉRENTS

ACTIONS	ENTREPRISES PARTICIPANTES		
<b>COFFRETS CADEAUX</b> 2023/2024	14 entreprises	800 envois pour CE, collectivité, mairies.	<b>6400</b> coffrets et sacs de luxe vendus pour un <b>CA de 11 504€HT</b> environ
<b>VENTE DE SUPPORTS DE COMMUNICATION DE LA MARQUE</b> (sacs, adhésifs, tabliers etc..)	20 entreprises		<b>CA de 14 585 euros HT</b>

## PARTENARIATS POUR UN ACHAT TOTAL DE 6265€ HT

ACTIONS	CONTREPARTIES
<b>MATCH CO AVEC CDT</b> JANVIER	croquants+ jus de pommes
<b>TOURNOI DE FOOT ENFANTS DE MARSSAC</b> ALBI-MAI	3 coffrets cadeaux
<b>X CROSS de BRASSAC - MAI</b>	Sacs papier
<b>TOUR SÉGALA - CARMAUSIN</b> (9 JUILLET) + ST. PRIVAT (20 AOUT)	21 coffrets
<b>FESTIVAL LES MUSICALES</b> DU 22 AU 24 JUILLET CASTELNAU-DE-MONTMIRAL	dons de produits
<b>TRAIL EN TERRE D'OC</b> 10 SEPTEMBRE • BURLATS	coffrets cadeaux
<b>ZELLES GAILLACOISE - JUIN</b>	Dons de produits
<b>SEMAINE DE GOUT AVEC CDT</b>	Dons de goodies
<b>CONGRÈS DES MAIRES DU TARN</b>	Dons de produits





**TARN**  
OCCITANIE

*Retrouvez l'ensemble  
de nos publications sur*

**TOURISME-TARN-PRO.COM**

10 rue des Grenadiers  
81000 - Albi  
Tél. 05 63 77 32 10

**contact@tourisme-tarn.com**

**Crédits photos**

L.Béziat ; P.Walter ;  
Entre2poles ;  
Olivier Octobre ;  
buchowskiphotography/J.Pelletier ;  
@Hellotravellers.

**Imprimeur**

Imprimerie Rhode achevé  
d'imprimer mai 2023