

Réunion Offices de Tourisme

Mardi 12 Janvier 2021

TARN-ET-GARONNE

Tourisme

Sud-Ouest - Occitanie



1ère partie de 9h à 12h (Marketing)

1. Point sur les Grands Rendez-vous 2021 du Tourisme en Tarn-et-Garonne
2. Plan d'actions 2021 du CRTL et mutualisations envisagées
3. Stratégie de Promotion-Communication 2021
4. Actions partenariales promo-com 2021 / point sur les opérations et salons prévisionnels + actions de substitution
5. Marketing numérique et GRC
6. Relations Presse / Réseaux Sociaux / Contenu digital
7. Formations : point sur les rendez-vous à venir (Ajaris, migration Apidae, elloha...)
8. VisitData : Présentation du dispositif permettant aux OTI de visualiser les données Flux Vision Orange 2021-2022 sur chacun de leur territoire
9. Service de commercialisation : commercialisation et conventions Groupes.

12h : déjeuner au Château (en présence de Mme Debiais).

2ème partie de 13h30 à 17h (Ingénierie)

10. Marques départementales « Accueil Familles et Insolite » : présentation des modalités, critères et outils des dispositifs
11. Plan Régional de Formation 2021
12. Point sur la programmation des ateliers réservés aux directeurs d'OTI
13. La RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises)
14. Pilot : état d'avancement

A person in a yellow jacket stands on a rocky cliff overlooking a valley with a river and mountains at sunset. The scene is framed by a white border.

1. GRANDS RENDEZ-VOUS

2021

BOURSE d'ECHANGES DE DOCUMENTATION : Nouvelle formule !

Date: **9 Avril 2021 (à confirmer)**

Nouveauté : 1 seule bourse rassemblant les Offices de Tourisme et partenaires ainsi que les membres du Club des Sites.

2ème FORUM TOURISME ET INTERNET

Date : **5 ou le 12 octobre 2021 (à confirmer)** de 9h à 17h au Domaine de Pousiniès à St Etienne de Tulmont.

Nouveauté : Le matin et l'après-midi, 1 séance plénière pour débiter + 2 séances sur des thèmes complémentaires.

SEMINAIRE QUALITE AVEC LES OT D'OCCITANIE

Date: **Judi 6 mai 2021 (à confirmer)** à Montauban.

Organisé par le CRTL d'Occitanie en partenariat avec Tarn-et-Garonne Tourisme et l'OTI du Grand Montauban.

EVENEMENTIEL OENOTOURISME

Dates: **5 et 6 juin 2021** à Montech (Pente d'eau).

Ordre du jour : évènement dans le cadre de la Coopération Oenotouristique et valorisant les 6 appellations.

21ème MARCHES FLOTTANTS DU SUD-OUEST (sous la présidence du Tarn-et-Garonne)

Dates: **17 – 19 septembre 2021**

Partenariat : Tarn-et-Garonne Tourisme, Lot-et-Garonne Tourisme et Gers Tourisme.

Mise en avant de la Destination grâce au marché de produits de nos terroirs (14 stands réservés aux producteurs tarn-et-garonnais engagés dans des labels/démarches qualité), Stand Tourisme, Bar à fruits, Studio radio avec CFM + émission « Qu'est-ce qu'on déguste ? », animations avec festivals...

A person is water skiing on a lake, creating a large splash of water. The skier is wearing a colorful life vest and a helmet. The background is a dense forest of green trees. The text '2. PLAN D' ACTIONS DU CRTL OCCITANIE' is overlaid on the image in white, bold, sans-serif font. The text is enclosed in a white rectangular frame that is open on the right side.

2. PLAN D' ACTIONS DU CRTL OCCITANIE



3.
STRATEGIE
DE
PROMOTION
COMMUNICATION 2021



OBJECTIFS
MARKETING
STRATÉGIQUES 2021



Développer l'attractivité et la notoriété de la Destination Tarn-et-Garonne

en mettant en valeur son positionnement et ses atouts
et notamment :

- **les loisirs de « pleine nature »** (afin de répondre aux attentes fortes des clientèles dans le contexte de la Covid-19) ;
- **la prise en compte des notions liées à un « tourisme durable »**, respectueux de l'environnement et des normes idoines, valorisant les **déplacements « doux »** et le thème du **slow tourisme**, un tourisme **« raisonné »** permettant la découverte optimale de tous les attraits des territoires (patrimoine, villages de caractère, initiatives locales et solidaires etc..) ;
- **les productions agricoles locales de qualité** (dans la continuité des actions menées lors du confinement depuis mars 2020 / priorité donnée aux circuits courts).



OBJECTIFS MARKETING STRATÉGIQUES 2021



Produire une réponse efficace aux attentes des clientèles

en poursuivant le développement de contenus online et offline visant à mieux les **informer**, les **rassurer** sur la qualité des prestations choisies (aspect sanitaire), leur faciliter la **réservation en ligne** et soutenir les efforts permettant une **annualisation de la fréquentation touristique**.



Poursuivre les actions en faveur de l'Oenotourisme

afin de positionner le Tarn-et-Garonne comme **Destination viti-vinicole à part entière** en s'appuyant sur la dynamique de nos 6 appellations dont 2 labellisées Vignobles & Découvertes (en lien avec les attraits touristiques des territoires et nos produits d'excellence).



Intensifier les partenariats avec les filières

et représentants du tourisme tarn-et-garonnais (hôtels, restaurants, sites, producteurs, offices de tourisme intercommunaux, associations et fédérations...) afin de mieux les qualifier (marques et démarches qualité), tout en optimisant leur visibilité et leur promotion dans le **cadre d'expériences-séjour**.

Stratégie d'influence à partir des univers de consommation

Développer de nouveaux contenus « thématiques » sur de multiples supports

L'accent sera porté sur l'attractivité d'univers de consommation en lien avec notre potentiel touristique et des profils de clientèles mûres et identifiés en Tarn-et-Garonne.

Cette stratégie illustrera en transversalité les 4 thématiques de notre positionnement de Destination (Tourisme de Loisirs et de pleine nature, Tourisme de Découverte, Tourisme du Goût et Tourisme du Vin) au travers de thèmes complémentaires.

Ces derniers sont :

1) Itinérance et Slow Tourisme (expériences et vécus de blogueurs, création de vidéos et développement de contenus).

2) Tourisme durable (mise en avant de prestataires engagés dans des démarches de qualité (Bio, HVE, divers labels nationaux, future marque régionale...) et valorisation de la marque Insolite fortement liée à l'éco-tourisme).

3) Familles et tribus (création d'un univers dédié à ces typologies de clientèles en lien avec le développement de la marque Accueil Famille) – Création d'une URL dédiée...

4) Amateurs de vin (poursuivre la montée en puissance de ce thème via divers éléments: création de contenus et accueil d'influenceurs pour mettre en lumière nos 6 appellations dont 2 labellisées Vignobles & Découvertes). URL dédiée : www.vins-tarnetgaronne.fr

Partenariat OT, professionnels, filières, consulaires, labels :

images, vidéos, portraits, expérientiel, fêtes et animations, circuits...

Lancement de la Pente d'Eau de Montech

- *Campagne d'affichage sur Toulouse (avril 2021)*
- *Création d'un Instameet en partenariat avec l'OTI*
- *Valorisation du site sur le web de Destination*
- *Valorisation dans le Dossier de Presse de Destination et promotion auprès des médias et influenceurs*
- *Valorisation dans le magazine de séduction « La Parenthèse » etc...*
- *Valorisation sur les réseaux sociaux...*
- *Campagne d'emmarketing de fidélisation (newsletter)*

Année Jacquaire (entre 500 000 et 700 000 pèlerins attendus à Saint-Jacques-de-Compostelle)

- *Valorisation des animations proposées sur le site de Destination / création d'une page thématique dédiée*
- *Valorisation sur les réseaux sociaux...*
- *Promotion auprès des médias...*
- *Campagne d'emmarketing de fidélisation (newsletter)*



L'ACIR, l'Agence des chemins de Compostelle et ses partenaires (départements, régions, CRT, ADT/CDT), lancent un étude de clientèle afin de parfaire la connaissance des publics, des pratiques et des retombées économiques auprès des randonneurs utilisant les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle.

Il s'agit d'observer l'itinérance à pied sur les principaux itinéraires de « Grande Randonnée » mais aussi le développement de l'itinérance à vélo.

Les 4 objectifs principaux de cette enquête sont :

- de voir si les **profils et les motivations des pratiquants ont évolué depuis 2003**, quelles sont les nouvelles pratiques + vision prospective ;
- d'analyser **les particularités, points forts et de vigilance** des itinéraires + l'appréhension d'un **outil de développement territorial** ;



- de mesurer l'impact économique que peut ou pourrait jouer les chemins de Compostelle via des infos sur les dépenses de toutes les clientèles qui les fréquentent ;
- De mieux connaître les attentes et besoins des itinérants et des visiteurs, en matière d'équipements et de services.

Les 3 étapes de l'enquête :

- > **Cadrage** : choix du cabinet (4V), préparation du questionnaire pour fin février, entretiens individuels (6 professionnels et 3 Focus Group (Jeunes – 35 ans, Tribus: familles/groupes, +55 ans : solo/CSP+)
- > **Phase quantitative** (enquêtes de mars à oct/novembre 2021 via PLV, QR Code, web simplifié en 4 langues)
- > **Analyse des résultats** : à partir de la fin de l'année 2021 et présentation de l'enquête aboutie au 1^{er} trim. 2022.

Total : de 6 à 8 500 questionnaires attendus !





Engagements des travaux “phase quantitative”

Identification des 25 Relais Locaux pour le dispositif “socle”

Liste définitive à établir pour fin février 2021 (prochain COPIL)

Travaux de récolte et d'analyse des données de fréquentation en cours

Proposition :

- Vous commencez à établir une pré-liste d'une dizaine de sites par région
- Nous croisons ces listes avec les autres données à notre disposition pour vous proposer une “sélection des 25”

Objectif des travaux :

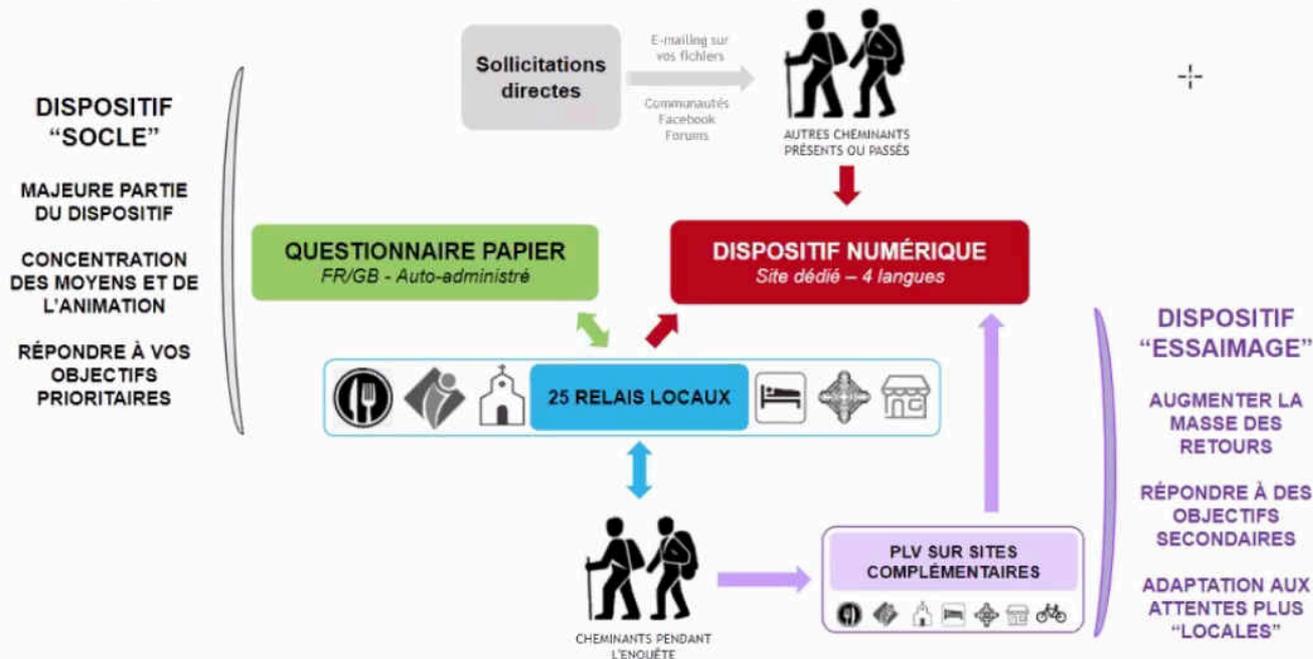
- 25 Relais Locaux à sélectionner pour fin février 2021
- Potentiellement au final 4, 5 ou 6 par région

Quelques règles pour identifier ces Relais Locaux

- ils disposent de données de comptage et/ou de qualification permettant de pondérer/extrapoler
- ils sont situés à proximité ou dans une zone disposant d'un dispositif de comptage
- ils disposent d'un profil particulier de public que l'on ne retrouvera pas forcément ailleurs
- ils sont clairement identifiés par les cheminants pour disposer du “tampon” à apposer sur le passeport
- ils proposent un hébergement incontournable sur le Chemin, un accueil très spécifique (vélo, ...)
- ils sont emblématiques d'une voie
- ils sont “connus”, “pro”, “sérieux”, “dynamiques”, “mobilisables”
- ...



Rappel du déroulement de la "phase quantitative"



4. ACTIONS PARTENARIALES



Salons Marché France / cible : Grand Public / opérations mutualisées

63% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est française (% en nombre de nuitées)

22^{ème} Salon International du Tourisme de Nantes

Dates: 2 au 4 avril 2021

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : 36m2 (banques d'infos tourisme pour les OT et professionnels)

Espace animation offert (démonstration, artisanat...).

En 2021, le Sud-Ouest sera Destination Coup de Cœur !

Participation : 1 500€ / OT

25^{ème} Salon International du Tourisme de Rennes

Dates: 16 au 18 avril 2021

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : 36m2 (banques d'infos tourisme pour les OT et professionnels)

Espace animation offert (démonstration, artisanat...).

En 2021, le Sud-Ouest sera Destination Coup de Cœur !

Participation : 1 500€ / OT

Salon La Ferme de France à Paris

(Parc Floral/ Bois de Vincennes)

Dates : 9 – 11 avril 2021

> Stand mutualisé avec des producteurs pour des stands de vente, de démonstration et de dégustation.

Participation : à définir

21^{ème} Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris

Dates: 17 – 19 septembre 2021

Partenariat : ADT82, CDT32 et CDT47

Présidence du Tarn-et-Garonne.

> Stand producteur : réservé aux producteurs engagés dans des labels/démarches qualité

**Participation : 1 050€ / producteur (stand simple)
et 1 450€ (stand d'angle)**

✓ **VALIDATION D'UN ACCORD DE PRINCIPE POUR ACTIVER DES ACTIONS DE SUBSTITUTION EN CAS D'ANNULATION D'UN EVENEMENT**

Salons Thématiques Marché France / proximité - Cible : Grand Public

Micro marché à Toulouse (Rue Alsace Lorraine)

Dates: 29 et 30 avril 2021

Partenariat : ADT82 / OT du T&G

> Stand mutualisé : OT avec 1 prestataire/producteur

Participation : 1 700€ / OT

Bordeaux Fête le Vin

Dates: 17 – 20 juin 2021

Partenariat : ADT82 / OT du T&G (Stand Sud-Ouest G4)

Participation : 1 300€ / OT

21ème Salon des Vins et Terroirs à Toulouse

Dates: 29 – 31 octobre 2021 (à confirmer)

Partenariat : ADT82, CDT31, CDT32, CDT81

> Stand mutualisé : ouvert aux OT, visites oeno-touristiques, producteurs Vignobles & Découvertes

Participation : 500€ / OT « Vignobles & Découvertes »

EVENEMENTS A CONFIRMER

Fête de la Nature à St Nicolas de la Grave: 27 Juin 2021

Fête du Goût et des Saveurs à Montauban : fin juillet

Saveurs et Senteurs à Fronton : fin août

Fête des Vendanges à Albi : début septembre

Bienvenue à la Campagne à Montbeton : fin septembre ?

Tractomania à Caussade : mi octobre

En 2021, la notion de « Tarn-et-Garonne, verger du Sud-Ouest » sera promue via le Bar à fruits et/ou la distribution de jus de fruits sur plusieurs animations départementales et événementiels.

✓ **VALIDATION D'UN ACCORD DE PRINCIPE POUR ACTIVER DES ACTIONS DE SUBSTITUTION EN CAS D'ANNULATION D'UN EVENEMENT**

Salons Marché France / cible : Grand Public / opérations mutualisées

63% de la clientèle qui fréquente le Tarn-et-Garonne est française (% en nombre de nuitées)

BASSIN OUEST : Nantes / Rennes

Réorientation du budget « Salons de Nantes et Rennes » vers

- 2 Campagnes de Marketing Direct

(Tirés à part mutualisé avec les OT partenaires)

- 1 Campagne de séduction sur les réseaux sociaux

- Accueil de Camping-Car magazine (intérêt de ce bassin pour ce type de tourisme)

BASSIN DE PROXIMITE : Toulouse

Réorientation du budget « Micro-Marché » vers

- 1 Campagne de Marketing Direct

(Tiré à part de 32 pages issu de la Parenthèse mutualisé avec les OT partenaires et envoyé via le supplément week-end)

- 1 Campagne de séduction sur les réseaux sociaux

- 1 Campagne d'affichage sur Bus ou Tram

- 1 Opération de Street marketing (en fonction de la crise sanitaire)

BASSIN AQUITAIN : Bordeaux / Sud Gironde

Réorientation du budget « Bordeaux fête le Vin » vers

- 1 Campagne de Marketing Direct

(Tiré à part de 32 pages issu de la Parenthèse mutualisé avec les OT partenaires et envoyé via le supplément week-end)

- 1 Campagne de séduction sur les réseaux sociaux

- 1 Campagne d'affichage sur le Tram

- 1 Opération de Street marketing (en fonction de la crise sanitaire)

D'autres actions viendront compléter ce dispositif en fonction de l'actualité liée à la crise sanitaire (confinement, déconfinement, limitation de circulation etc...).

A scenic view of a river with a stone bridge and buildings in the background, with autumn leaves in the foreground. The bridge has several arches and is surrounded by lush greenery. The buildings in the background are multi-story and feature a prominent tower with a conical roof. The sky is blue with scattered white clouds. The foreground is filled with out-of-focus autumn leaves in shades of orange and yellow.

5.

**MARKETING
NUMERIQUE
ET GRC**

GRC Régionale

Depuis 2019 et suite aux entretiens réalisés auprès de chaque département en mars 2020, le CRTL poursuit l'étude de faisabilité visant la structuration d'une GRC à l'échelle de la région Occitanie.

Les objectifs recherchés sont les suivants :

- 1) **se doter d'une véritable vision stratégique** pour toute l'Occitanie et en phase avec les attentes et besoins des ADT/CDT
- 2) **Acquérir de nouveaux profils qualifiés** collecte de leads depuis Facebook, co-registation etc...
- 3) **Améliorer les performances des actions** (bibliothèque de templates, tester des contenus, mise en place de cycles « avant / pendant / après-séjour »)
- 4) **Optimiser la connaissance client** (analyse des bases de données)
- 5) **Déployer la personnalisation des contenus** (à l'échelle du département pour l'ADT et ses partenaires OT).

En 2021, Tarn-et-Garonne Tourisme s'engage dans ce process régional mené par le Cabinet Camp de Bases (structuration d'une stratégie GRC, plan de collecte, plan d'animation des prospects et connaissance client).

Cette année nous permettra également d'optimiser le paramétrage de l'outil de GRC Nurtik (en lien avec Raccourci) et d'étudier les possibilités visant le déploiement d'un outil de GRC et de statistiques commun à l'ADT et aux OT (Roadbook / Nurtik ?).

Cet été réinventez vos vacances...

Promotions et bons plans en Tarn-et-Garonne



Pour les vacances, envie de s'évader, de se régaler, de se ressourcer alors **cet été venez en Tarn-et-Garonne !**

Profitez de promotions sur votre séjour en camping, hôtel, location et chambre d'hôtes. La destination Tarn-et-Garonne est idéale pour des vacances en famille ou entre amis, proche de chez vous.

Tous ces établissements respectent les normes de sécurité pour des vacances en toute tranquillité.



Programmation annuelle de la news Grand Public « Destination Tarn-et-Garonne »

- **14 janvier** : Thème 1 : Activités bien-être et détente / Thème 2: Offres promo.
- **4 février** : Thème 1 : Gastronomie / Thème 2 : «Saint-Valentin».
- **4 mars** : Thème 1 : Viticulture / Thème 2 : Idées week-end pour Pâques (4/04).
- **1^{er} avril** : Thème 1: Famille et Loisirs / Thème 2 : Art de vivre.
- **6 mai** : Thème 1 : Fêtes des Mères (30/05) / Thème 2 : Idées pour les longs week-ends de l'Ascension (13/05) et Pentecôte (23/05).
- **3 juin** : Thème 1 : Festivals et Evènementiels / Thème 2 : Fête des Pères (20/06).
- **1^{er} juillet** : Thème 1 : Famille et Loisirs / Thème 2 : Festivals et Evènementiels.
- **5 août** : Thème 1 : Famille et Loisirs / Thème 2 : Festivals et Evènementiels.
- **2 septembre** : Thème 1 : Viticulture / Thème 2 : Art de vivre.
- **7 octobre** : Thème 1 : Famille et Loisirs vacances de Toussaint / Thème 2 : Viticulture.
- **4 novembre** : Thème 1 : Activités d'automne / Thème 2 : Premières idées de réveillon.
- **2 décembre** : Thème 1 : Idées cadeaux / Thème 2 : Réveillons de Noël et du 31 décembre.

-> **Partenariat** : OT, filières, professionnels.

-> **Deadline** : envoi des infos 15 jours avant la date d'envoi.



6.
RELATIONS PRESSE
INFLUENCEURS
&
RÉSEAUX SOCIAUX
CONTENU DIGITAL

Marché France et étranger / cible : Presse

- FRANCE

DEPTOUR, rencontres Presse Nationale à Paris, organisées par Tourisme & Territoires.
Dates: 18 et 19 janvier 2021 **en virtuel**

- GRANDE-BRETAGNE

Workshop IMM à Londres
Date : 18 – 19 mai 2021
Présence : ADT82

Insertions Presse

- ESPAGNE

Insertion publicitaire dans la presse
en partenariat avec ADT82, CDT31, CDT32, CDT81.

Cible Blogueurs / Influenceurs

- FRANCE

Salon des Blogueurs
20 et 21 mars 2021 à Mandelieu-La-Napoule
(Alpes-Maritimes)

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

Marché France et étranger / cible : Presse

Les reportages déjà programmés

- Canal des Deux Mers à vélo

Reportage été 2021 par Lez Broz

en partenariat avec les membres de l'itinéraire

- Vallée et Gorges de l'Aveyron à vélo

Reportage été 2021 avec Trekking & Voyage

- Randonnée à pied en Tarn-et-Garonne

Reportage printemps 2021 avec Wild Road

- Bien-être en Tarn-et-Garonne

Reportage 2021 avec El Giroscopo Viajero



INSTAMEET
Samedi 11 Avril 2020
EN QUERCY

Lauzerte

Tarn-et-Garonne

#meetinlauzerte82



SAMEDI 3 OCTOBRE 2020



instameet à Varen et Laguépie

Tarn-et-Garonne



INSTAMEETS

CALENDRIER PRÉVISIONNEL 2021

> Quercy Sud-Ouest

Avril – Lancement des journées des métiers d'Art ?

> Quercy Caussadais: Printemps ?

> Deux Rives: Printemps ?

> Lomagne

26 ou 27 Juin : Château de Gramont pour le lancement de la nouvelle exposition ?

> Grand Sud 82: Eté pour lancement de la pente d'eau ?

> Causses et Gorges de l'Aveyron

Automne: Découverte de Varen et Laguépie

EXPERIENCES

11 actuellement en ligne, de nombreuses autres prévues

PEPITES

8 actuellement en ligne, les prochaines à décider avec vous !

TOP 5

Nouvelle rubrique pour 2021

PORTRAITS

32 actuellement en ligne, d'autres sont à venir.
Propositions bienvenues.



EXPERIENCES

En 2021 validées par le CRT, contenu à créer:

- Auvoillan, la perle de la Garonne
- Sports à sensations dans les Gorges de l'Aveyron

Le CRTL souhaite déployer en plus des expériences

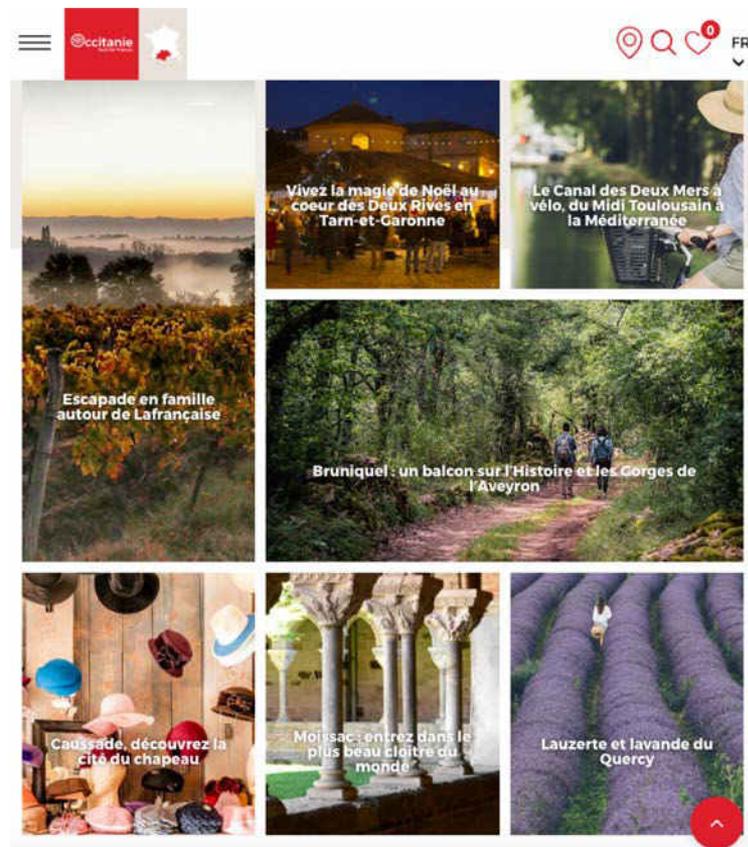
des « road-trips » interdépartementaux.

Un premier « circuit des peintres »: Tarn-et-Garonne,

Aveyron et Tarn est en cours de mise en ligne

Le CRTL souhaite intégrer un nouveau format:

« le fabuleux voyage ».





7.

Formations

Banque d'images et vidéos touristiques :

Tarn-et-Garonne Tourisme s'est engagé depuis plusieurs années, à structurer une banque d'images et de vidéos touristiques au niveau départemental (via la réalisation de reportages photos/vidéo), en partenariat avec les Offices de Tourisme. L'outil retenu pour ce faire est le logiciel de gestion de photothèque et vidéothèque Ajaris acquis par le Conseil Départemental de Tarn-et-Garonne. Cet outil sera mis à disposition gracieusement par le Département, sous la responsabilité de Tarn-et-Garonne Tourisme.

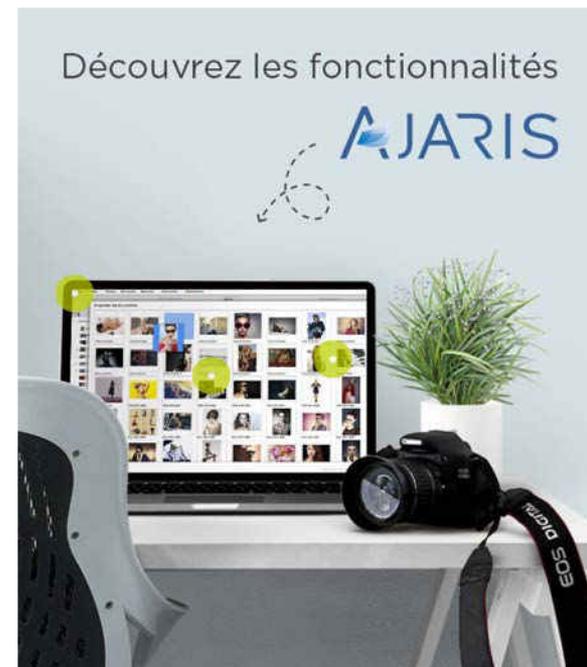
Situation

A ce jour, tous les comptes utilisateurs ont été créés.

Les visuels des derniers reportages photo sont quasi saisis avec attribution aux différents groupes utilisateurs.

Planning

Jedi 11 février 2021 de 10h à 12h (visio) : formation des Offices de Tourisme. Puis, ouverture immédiate des comptes aux OTI utilisateurs.



Base de données départementale : migration vers APIDAE

Tarn-et-Garonne Tourisme reste la « tête de réseau » pour l'animation de la base de données Départementale en lien avec les Offices de Tourisme.

Chaque partenaire du réseau devient plus autonome et diffuse les informations de son territoire avec une personnalisation de « ses » textes (meilleur référencement par les moteurs de recherche).

Chaque partenaire doit s'acquitter d'une adhésion annuelle tant Tarn-et-Garonne Tourisme que les OT (en fonction de leur budget de fonctionnement).

Dans le cadre de cette migration, Tarn-et-Garonne Tourisme a souhaité prendre à sa charge :

- | | |
|---|-----------------|
| - la bascule des sites des OT (sous Laetis : 4 OT Moissac, Lauzerte, Lomagne, Caussade) : | 14 400 € |
| - la bascule et la migration globale sur le site de Destination Tarn-et-Garonne : | 13 560 € |
| - la formation des référents ADT82 + des 10 référents OT et Midi-Quercy : | 5 760 € |

Soit pour cette migration un montant global de 33 720 € TTC.

Mise en œuvre opérationnelle :

- Formation (1^{ère} partie) **les 21 et 22 janvier 2021** en présentiel.
- Formation (2^{ème} partie) **les 28 et 29 janvier 2021** en visio.



Jour 1 : Administrateur local :

Enjeux du réseau et de son organisation - Rôles techniques et organisationnels de l'administrateur local

1. Apidae et son organisation

- Le réseau Apidae
- Les outils de communication
- Le rôle de l'admin local

2. Gestion de votre compte et ses utilisateurs

- Le membre Apidae
- Gestion des notifications automatiques
- Périmètre de saisie
- Gestion des utilisateurs/ Les permissions

3. Organisation de la donnée

- Les types d'objet
- Les entités
- Les territoires
- Le référentiel
- Les critères internes

4. Assistance et hotline utilisateurs

- Gestion de la hotline
- Support Aide en ligne
- Demander la création d'un critère

5. Module recherche intuitive

- La recherche intuitive
- Détail d'une fiche
- Enregistrer une recherche ou liste/les favoris
- Utilisation du panier
- Les impressions et exports PDF
- Les envois de mails

6. Personnalisation de son compte Apidae

- Personnaliser ses formulaires de recherche
- Personnaliser l'affichage des résultats de recherche
- Personnaliser ses préférences d'affichage de résultats de recherches
- Personnaliser ses facettes avec les critères internes
- Personnaliser ses préférences de diffusion (impression et export PDF)



21 janvier 2021



22 janvier 2021

Jour 2 : Découverte et prise en mains Apidae : 1/2

Gestion de l'offre touristique dans le module Gérer : création, duplication, suppression de fiches ...

1. Rappel de l'organisation de la donnée

- Les types objets

2. Saisie : Fonctions générales (création, suppression, masquage, etc.)

- Le tableau de bord
- Visualiser mon offre - Ecran Mes données
- Présentation de l'interface de saisie
- Créer une nouvelle fiche
 - Focus sur :
 - Multi horaires
 - Les descriptifs privés
 - Les multimédias
- Valider la publication d'une fiche
- Supprimer une fiche
- Dupliquer une fiche
- Changer le type d'un objet
- Masquer/démasquer
- Créer un critère interne/ ajouter un critère interne sur une fiche

3. Collaborer avec un autre membre

- Faire une demande de mise à jour avec brouillon
- Activer la collaboration avec un membre sur une fiche



28 janvier 2021

Jour 3 : Découverte et prise en main Apidae : 2/2

Gestion de l'offre touristique (suite) et exploitation de la donnée

1. Saisie de l'offre touristique suite ...

- La base de lieux
- La saisie des activités et prestataires d'activités
- Les guides de saisie du réseau

2. Gérer ses fiches avec les traitements par lots

- Les traitements par lots : principes généraux
- Les notifications de fin de tâche
- Masquer ses fiches/ Démasquer ses fiches
- Supprimer plusieurs fiches
- Transférer la propriété d'une fiche

3. Les questionnaires Word

- Créer des questionnaires Word
- Exporter un questionnaire prérempli
- Exporter un questionnaire vierge

4. La recherche avancée

- Les grands principes
- Recherche avancée : comprendre la manipulation des ET OU

Jour 4 : Diffusion et collecte des données touristiques :

Gestion d'un projet numérique et des outils de collecte d'informations (Extranet, Apidae Form ...)

1- La recherche avancée suite ...

2- Gérer un projet numérique :

Exploitation des données sur différents supports de communication : sites web, applications, brochures, bornes...

- Créer un projet
- Les filtres et sélections

3- Apidae Widget :

Une véritable fabrique de widgets : affichage des données touristiques sur les sites web des socio-professionnels

4- Apidae Event :

Formulaire simplifié de collecte des événements

5- Apidae Form :

Formulaire simplifié de collecte des données touristiques (hors événements)

6- L'Extranet de mise à jour :

Saisie et mise à jour autonome des fiches par les socio-professionnels

FORMATION ADMINISTRATEUR LOCAL



29 janvier 2021

Place de Marché elloha



Mise en place d'un nouveau dispositif afin de poursuivre le déploiement de la Place de Marché

1°) Visios / Ateliers avec les OT et prestataires qui le souhaitent :

afin de présenter l'outil elloha, les packs, les spécificités des comptes hébergements et activités de loisirs etc...

-> Atelier 1 (présentation interface hébergeur et argumentaire) : **16 février en visio (9h30 / 12h)**

-> Atelier 2 (présentation interface activité et argumentaire) : **17 février en visio (9h30 / 12h)**

En 2021 : la gratuité des packs elloha est proposée par Tarn-et-Garonne Tourisme à tous les prestataires !

2°) Ateliers « Tupperware elloha » :

en petits groupes 3/5 personnes, organisés sur les territoires en fonction des besoins et en partenariat avec les OT

3°) Réunions décentralisées :

sur les territoires qui le souhaitent (dès que les restrictions sanitaires seront levées) et sur les 2 territoires qui n'ont jamais bénéficié de ces présentations publiques (Grand Montauban et Moissac Terres des Confluences).

Actions engagées pour soutenir les professionnels

Dans la continuité des actions menées en 2020, au début de la « crise sanitaire », Tarn-et-Garonne Tourisme a décidé de poursuivre sa stratégie opérationnelle afin de :

- 1°) conforter nos socio-pros et les soutenir grâce à un accompagnement personnalisé** (infos sur les tendances comportementales des touristes, suggestions pour booster ses ventes, optimiser sa communication via son site comme sur les réseaux sociaux);
- 2°) Offrir la gratuité des packs elloha en 2021 à tous les socio-professionnels** (offres en lien avec la Place de Marché : pack basic pour le locatif et chambres d'hôtes (150€), pack Startup pour tous les professionnels (120€), et réduction de 50% sur le pack Magic (240€);
- 3°) Offrir la gratuité des passerelles CToutVert pour les Campings et Réservit pour les Hôtels en 2021 à tous les socio-professionnels partenaires de la Place de Marché elloha.**
- 4°) Définir une programmation de news letters offensives valorisant les professionnels qui ont développé une digitalisation de leurs offres**, en lien avec la page dédiée aux « Offres spéciales » du site de Destination + soutien aux labels Gîtes de France, Clévacances, Logis, filières de l'hébergement, de la restauration, des sites touristiques, des festivals...



Jouer la carte de la proximité

Participer aux opérations marketing de Tarn-et-Garonne Tourisme

Les vacances de Pâques donnent le top départ de la saison touristique. Cette année,



Un canal de distribution supplémentaire

Tarn-et-Garonne Tourisme met sa place de marché à votre service

Votre hôtel est déjà sur un channel manager (par exemple Réservit, Hotelopia...), alors



Pas de prix cassés mais des "prix bonus"

Inciter à consommer notre destination ne veut pas dire casser les prix !

La situation économique étant



Opter pour la digitalisation de votre offre

Offrir de la assurance à mes clients grâce à internet et à la vente en ligne

Avec cette crise sanitaire, les

Opérations marketing

Par quel moyen vais-je rebondir ?

Je participe aux actions marketing de Tarn-et-Garonne Tourisme !

Dans ce contexte si particulier, le secteur du tourisme qui se désolait en premier est le tourisme international. Cela devrait laisser une bonne place au tourisme dit « de proximité ». Dans un besoin de réassurance et de solidarité, les territoires locaux et hyper-locaux auront une belle carte à jouer. Nos futurs touristes seront à moins de 30 de route de notre destination. Partir près de chez soi avec sa tribu, ses proches voire ses amis, pour trouver de l'évasion et se retrouver ensemble, voilà une des grandes tendances de l'après-crise.

La Région Occitanie a prévu un plan d'aide à la filière touristique de plus de 2,5 millions d'euros pour faire face à cette crise, avec notamment une campagne de communication pour inciter les Occitans à partir en vacances à côté de chez-eux.



A person is seen from behind, standing in a vast field of tall, golden-brown grass. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and long shadows. In the distance, a white house with a dark roof is visible on a slight rise. The sky is filled with soft, wispy clouds. The overall scene is peaceful and serene.

8. VISIT DATA

VISIT DATA

Depuis 2019, Tarn-et-Garonne Tourisme propose aux 10 territoires touristiques du département d'avoir des données ciblées sur leur zone de compétences via Flux Vision Orange et l'opérateur VisitData.

Cette action est financée à 100% par le Département.

En 2021, il est proposé aux Offices de Tourisme de se former à l'outil DATAMART développé par VisitData afin de pouvoir analyser les données de chaque territoire, de sortir des bilans et graphiques précis tout au long de l'année, au fur et à mesure de l'envoi des données par Orange.

Objectifs : suivre vos flux de nuitées touristiques (marchands et non marchands) ainsi que le volume des visites et provenance des excursionnistes et ce sans attendre le rapport annuel !

Votre accès vous permettra de visualiser uniquement les données de votre territoire !

Formation en visio : jeudi 25 février 2021 de 10h à 12h avec Laurent Pouyet (prise en main de la version V3 du Datamart, préparation des différents modèles de rapports, mise à disposition de l'outil immédiatement).

Une seconde session aura lieu fin septembre 2021 afin de vous permettre de préparer vos bilans estivaux.

Toutes les heures

New Visitor

TARN-ET-GARONNE



Connexion

Nom d'utilisateur

Mot de passe

Se Connecter

[Mot de passe oublié?](#)

Evolution des nuitées touristiques

Source des données
Flux Vision Tourisme Générique

Usages

Les touristes locaux ne sont pas pris en compte dans ce rapport.
Seuls les territoires sélectionnés sont pris en compte dans la page "Territoire" de ce rapport.

Zone d'étude
Tarn-et-Garonne

Territoire
Tarn et Garonne

- Territoires infras**
- Sélectionner tout
 - Tarn et Garonne
 - CA de Montauban
 - CC Coteaux et Plaines du Pays Lafrançais...
 - CC de Quercy Caussadais
 - CC des Deux Rives
 - CC du Pays de Serres en Quercy
 - CC Grand sud Tarn Garonne
 - CC Lomagne Tarn et Garonnaise
 - CC Quercy Rouergue et Gorges de l'Aveyr...
 - CC Quercy Vert Aveyron
 - CC Terres de Confluence

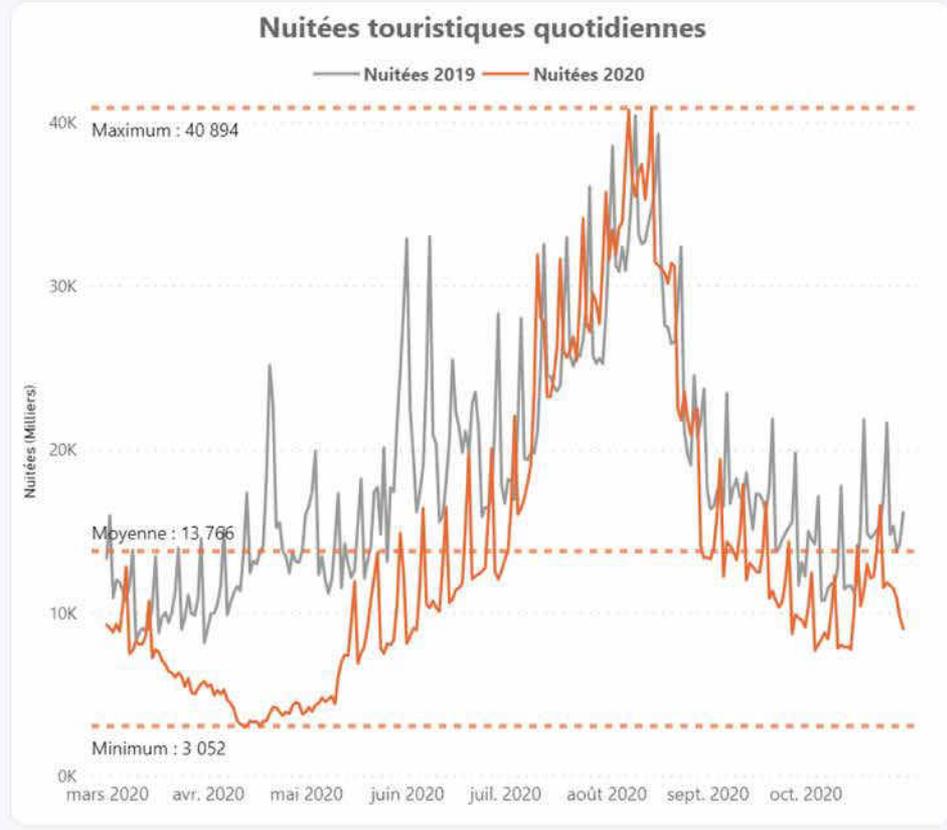
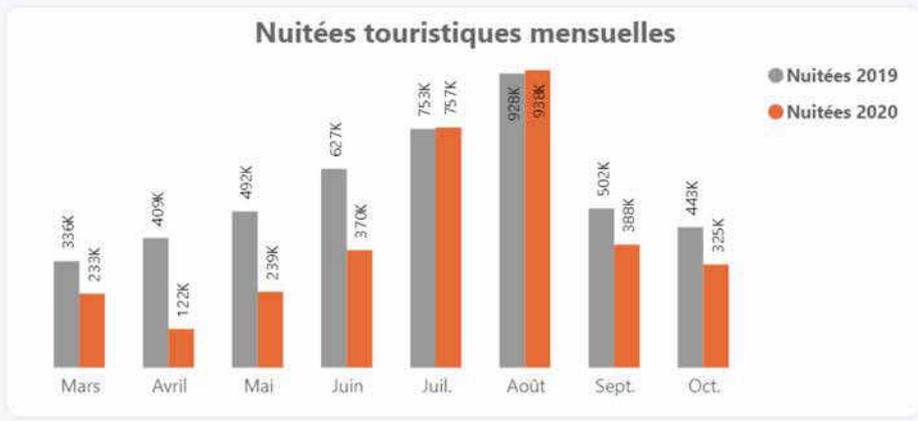
Calendrier
Calendrier civil

Année
2020

- Mois**
- Sélectionner tout
 - Janvier
 - Février
 - Mars
 - Avril
 - Mai
 - Juin
 - Juillet
 - Août
 - Septembre
 - Octobre
 - Novembre
 - Décembre

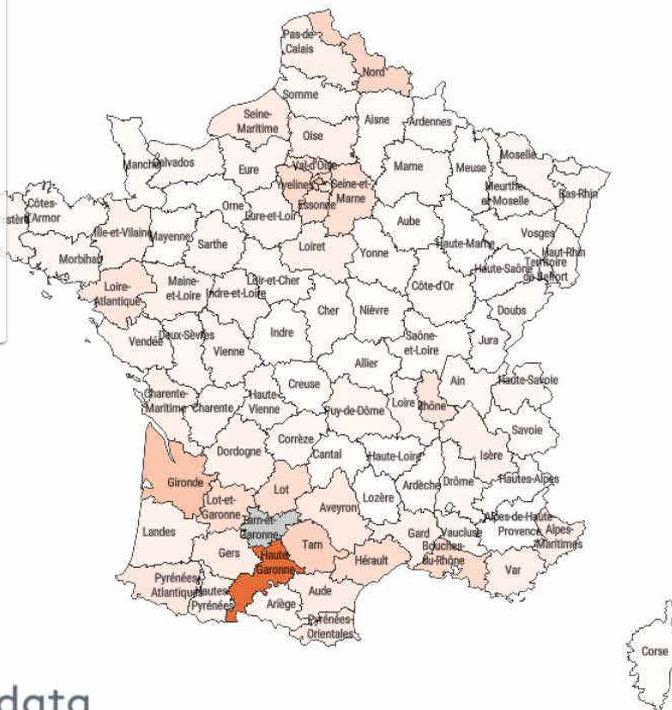
Nuitées touristiques
3 373K
 (-1 116,6K -24,9 %)

Moyenne par jour
14K



Départements émetteurs de nuitées touristiques

Nuitée



Evolution des nuitées touristiques par département émetteur

Département émetteur	Part nuitées	% Evolution an-1
Haute-Garonne	15,7%	-13,0 % ▼
Paris	4,3%	0,3 % ▲
Gironde	4,0%	-15,6 % ▼
Tarn	3,0%	-20,6 % ▼
Hauts-de-Seine	2,9%	0,1 % ▲
Nord	2,7%	-18,3 % ▼
Seine-Saint-Denis	2,5%	-10,9 % ▼
Bouches-du-Rhône	2,3%	-21,3 % ▼
Yvelines	2,3%	-4,6 % ▼
Hérault	2,3%	-12,4 % ▼
Lot-et-Garonne	2,3%	-25,1 % ▼
Lot	2,2%	-12,4 % ▼
Val-de-Marne	2,1%	-0,7 % ▼
Total	100,0%	-17,1 %



9.
Commercialisation
Groupes

Marchés France / cible : Professionnels des Groupes

Eductours et Workshops professionnels

Destination Occitanie

Date : mars 2022 – Toulouse (pas d'édition en 2021)

Partenariat : T&G Tourisme + CRTL

Eductour Rendez-vous en France

Date : mars 2022 (pas d'édition en 2021)

Partenariat : T&G Tourisme + CRTL

IFTM TOP RESA à Paris

Date : 5 au 8 octobre 2021

Partenariat : ADN Tourisme + T&G Tourisme

Eductours « Tarn-et-Garonne » pour les Autocaristes et clients Incentive

Dates : printemps 2021

Partenariat : T&G Tourisme + OT

Green France

Date : septembre 2021 – Lieu à définir

Partenariat : T&G Tourisme + partenaire

« Tourisme Massif Central »

Eductour et Workshop Destination Vignobles

Date : à définir (octobre 2021 – Aix en Provence)

Partenariat : T&G Tourisme et CDT31

3^{ème} Rencontre Destination Groupes en Occitanie

Date : printemps 2021 – Albi (sous réserve)

Partenariat : ADT/CDT ADN Tourisme

D'autres événements restent à confirmer en fonction du programme et mutualisations avec le CRTL Occitanie.

Marchés France / cible : Professionnels des Groupes

1°) Plus que jamais nous souhaitons être présent pour vous et pour les prestataires.
Cette période compliquée nous demande de nous réinventer.

Les groupes ne vont pas reprendre demain, peut-être à l'automne.

Il faut penser :

- clientèle « individuels »
- clientèle « mini-groupes »
- clientèles de proximité.

Nouvelles cibles ⇒ nouveaux produits.

Pour augmenter l'attractivité de son territoire :

- * les activités
- * les produits touristiques

Marchés France / cible : Professionnels des Groupes

2°) Comme les années précédentes, nous sommes à votre disposition pour :

- **Rencontrer les prestataires** sur votre territoire
- **Monter des produits touristiques** ensemble
- **Vendre ensemble** ces produits en signant une convention de partenariat

Nous avons un numéro d'immatriculation et surtout légalement, la possibilité de commercialiser sur l'ensemble du Tarn-et-Garonne.

3°) Nous sommes présents sur des salons professionnels habituellement or cette année en l'absence de certains salons, nous souhaitons organiser des **éductours en Tarn-et-Garonne** pour continuer à faire la promotion auprès de distributeurs, des professionnels du tourisme : autocaristes, agences de voyage.

Une participation financière pourra vous être demandé pour accueillir au mieux ces prestataires.