



TARN-ET-GARONNE

Tourisme

Sud-Ouest - Occitanie

JOURNEE D'ECHANGES
OT Pays de Serres en Quercy
-
Tarn-et-Garonne Tourisme

Lundi 29 avril 2024



TARN-ET-GARONNE
tarnetgaronne.fr

I) DONNEES DE L'OBSERVATOIRE ECO

Poids du tourisme
en Tarn-et-Garonne





Plus de 5,887 millions de nuitées touristiques enregistrées en 2023

+1,9% par rapport à 2022



64% de nuitées touristiques françaises
contre 36% d'étrangers

Plus de 3,7 millions de nuitées françaises

+2,4% par rapport à 2022

Top 3 régions : Occitanie, Ile-de-France, Nouvelle-Aquitaine

Top 3 départements : Haute-Garonne, Gironde et Paris

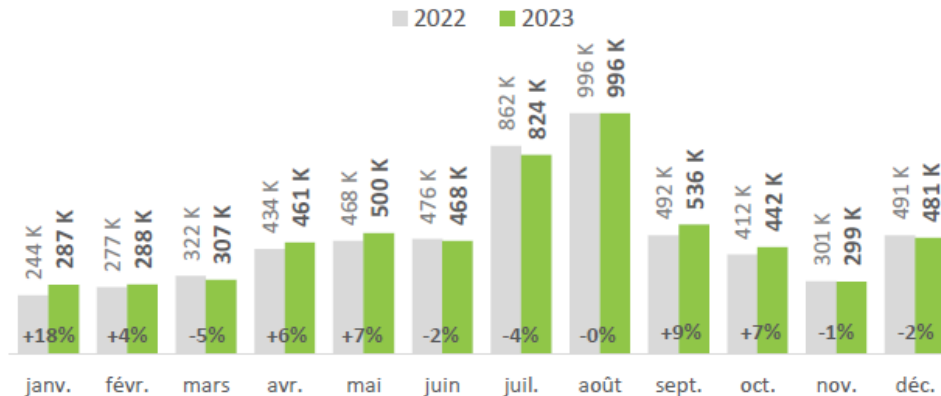


Plus de 2,1 millions de nuitées étrangères

+1,1% par rapport à 2022

Top 3 pays étrangers : Royaume-Uni, Espagne et Pays-Bas

ÉVOLUTION DES NUITÉES TOURISTIQUES



HIVER

1 janv. – 19 mars & 22 déc. – 31 déc.

1,06 million de nuitées

soit 18,1% des nuitées totales



PRINTEMPS

20 mars à 20 juin

1,38 million de nuitées

soit 23,5% des nuitées totales



ÉTÉ

21 juin – 22 sept.

2,4 millions de nuitées

soit 40,7% des nuitées totales



AUTOMNE

23 sept. – 21 déc.

1,05 million de nuitées

soit 17,8% des nuitées totales



Près de 13 millions d'excursions enregistrées

+ 10% par rapport à 2019



86% d'excursions françaises

contre 14% d'étrangers

Plus de 11,2 millions de visites de français

+ 13% par rapport à 2019

Top 3 régions : Occitanie, Nouvelle-Aquitaine et Ile-de-France

Top 3 départements : Haute-Garonne, Lot-et-Garonne et Lot



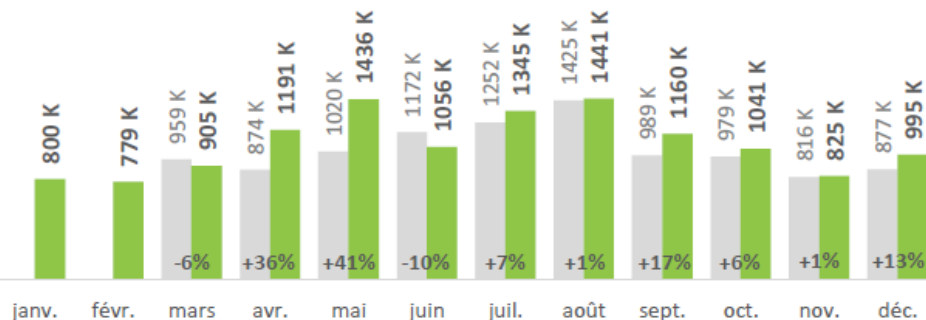
Près de 1,8 millions de visites d'étrangers

- 4% par rapport à 2019

Top 3 pays étrangers : Espagne, Royaume-Uni et Pays-Bas

ÉVOLUTION DES EXCURSIONS TOTALES

■ 2019 ■ 2023



HIVER

1 janv. – 19 mars & 22 déc. – 31 déc.

2,56 millions d'excursions

soit 19,7% des excursions totales



PRINTEMPS

20 mars à 20 juin

3,7 millions d'excursions

soit 28,5% des excursions totales



ÉTÉ

21 juin – 22 sept.

4,03 millions d'excursions

soit 31,1% des excursions totales



AUTOMNE

23 sept. – 21 déc.

2,68 millions d'excursions

soit 20,7% des excursions totales



Hôtellerie : 357 000 nuitées

+7,6% par rapport à 2022



Hôtellerie de plein air : 192 000 nuitées

+1,5% par rapport à avr. – sept. 2022



Plateformes locatives : 216 000 nuits

+15% par rapport à 2022



Label Gîtes de France : 1 753 réservations

contre 1 379 en 2022



Offices de Tourisme : 61 000 demandes

de janv. à déc. 2023



Festivals & Animations : 276 000 entrées

+1,2% par rapport à janv. – sept. 2022



Sites & Monuments : 418 000 visiteurs

+8,8% par rapport à 2022



Baignade : 268 000 entrées

-21% par rapport à juil. – sept. 2022

#TARN-ET-GARONNE
Tourisme

Airbnb / Abritel
30,8 millions € de revenu global (+24% vs 2022)

Gîtes de France 82
1,38 millions € générés (+15,3% vs 2022)

306 millions €
de retombées économiques
estimées en 2023

CHIFFRES CLES 2023



Canal de Garonne : 3 900 passages

+7% par rapport à 2022



Vélo Voie Verte : 47 900 passages

-7% par rapport à 2022



GR65 vers St-Jacques : 17 200 passages

+19% par rapport à 2022

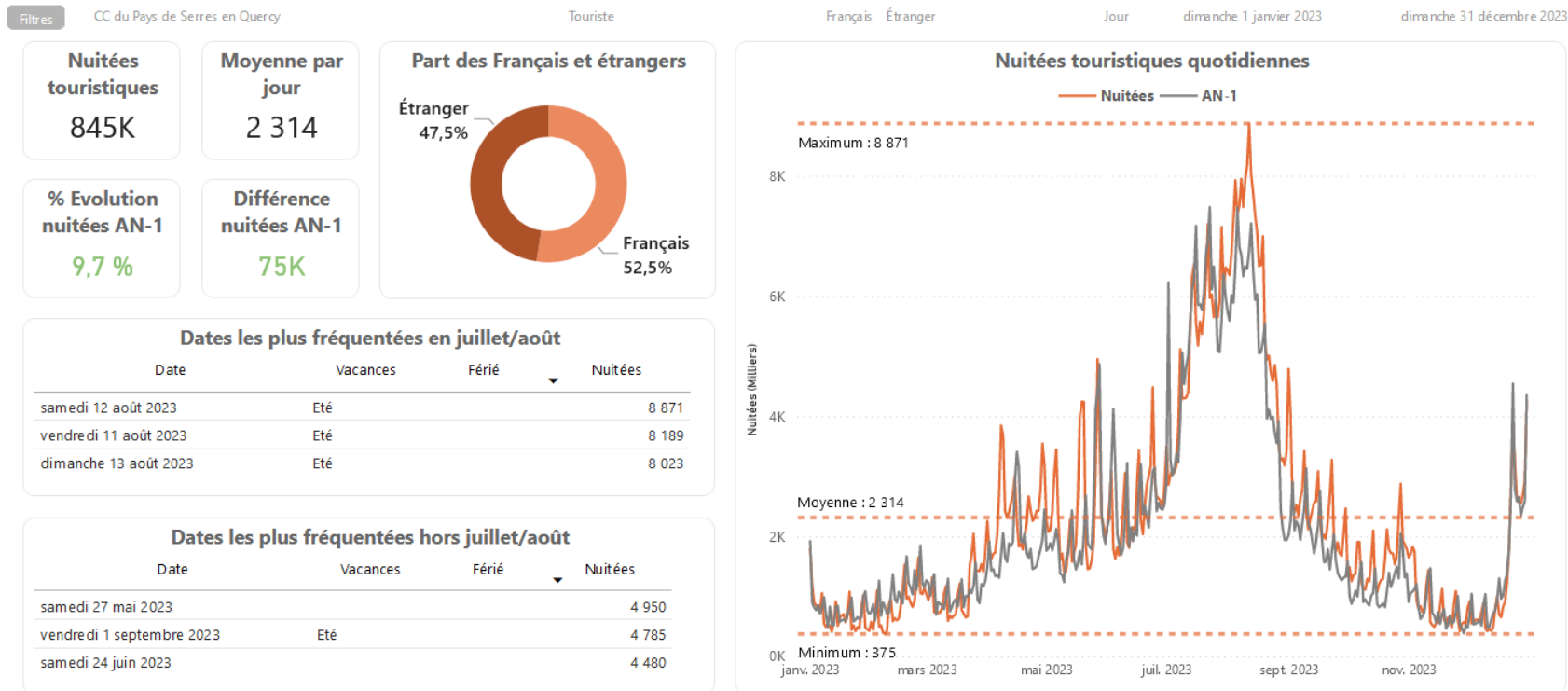


Avis des clients : 22 600 avis déposés

soit une note globale de 8,7/10 en 2023

845 000 nuitées touristiques (+9,7% vs 2022)

43,9 millions €
de retombées économiques estimées en 2023



+ de 443 000 nuitées françaises, soit +14,1% par rapport à 2022

Top 3 départements : Haute-Garonne, Lot-et-Garonne et Paris

Filtres

CC du Pays de Serres en Quercy

Touriste

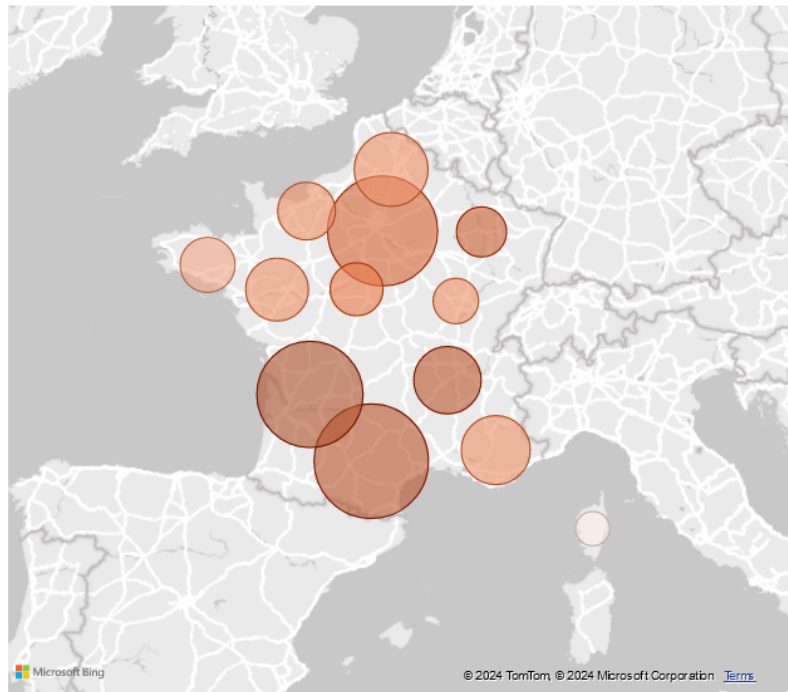
Français

Jour

dimanche 1 janvier 2023

dimanche 31 décembre 2023

Régions émettrices de nuitées touristiques



Hit-parade des régions émettrices de nuitées touristiques

Région émettrice	Nuitées	Part nuitées	% Evol. AN-1
Occitanie	90 876	26,9%	17,4 % ▲
Ile-de-France	81 394	24,1%	12,7 % ▲
Nouvelle-Aquitaine	73 413	21,7%	17,4 % ▲
Hauts-de-France	22 321	6,6%	27,0 % ▲
Provence-Alpes-Côte d'Azur	17 191	5,1%	16,6 % ▲
Auvergne-Rhône-Alpes	15 706	4,7%	21,7 % ▲
Pays de la Loire	11 699	3,5%	67,3 % ▲
Normandie	7 910	2,3%	-13,7 % ▼
Bretagne	6 207	1,8%	82,6 % ▲
Centre-Val-de-Loire	5 070	1,5%	50,4 % ▲
Grand Est	3 689	1,1%	90,2 % ▲
Bourgogne-Franche-Comté	1 904	0,6%	53,3 % ▲
Corse	156	0,0%	239,1 % ▲
Total		100,0%	19,0 %

Plus de 401 000 nuitées étrangères, soit +5,2% par rapport à 2022

Top 3 pays étrangers : Royaume-Uni, Belgique et Pays-Bas

Filtres

CC du Pays de Serres en Quercy

Touriste

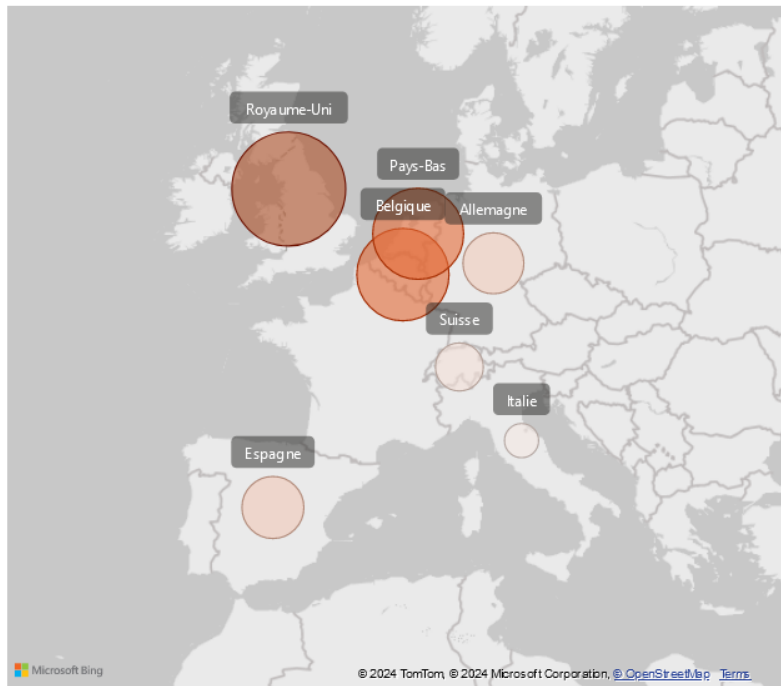
Étranger

Jour

dimanche 1 janvier 2023

dimanche 31 décembre 2023

Marchés étrangers de proximité émetteurs de nuitées touristiques

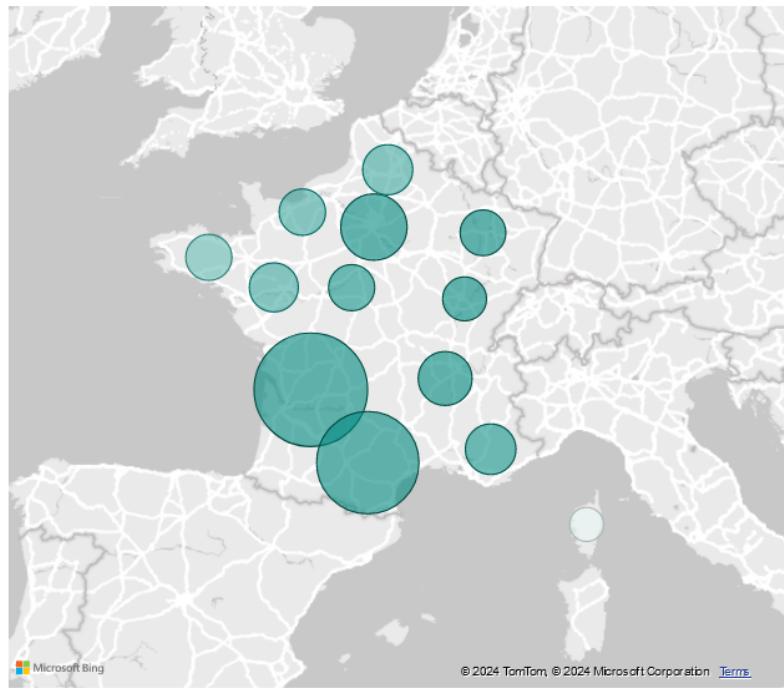


Evolution des nuitées touristiques par marchés étrangers de proximité

Pays	Nuitées	Part nuitées	% Evol. AN-1
Royaume-Uni	126 092	34,9%	3,1 % ▲
Autres pays monde	68 229	18,9%	8,3 % ▲
Belgique	67 317	18,6%	-3,4 % ▼
Pays-Bas	64 314	17,8%	-0,7 % ▬
Espagne	15 751	4,4%	21,6 % ▲
Allemagne	14 598	4,0%	50,2 % ▲
Suisse	4 212	1,2%	2,4 % ▲
Italie	448	0,1%	-64,1 % ▼
Total	360 961	100,0%	3,8 %

1,39 millions d'excursions enregistrées, soit +19,3% par rapport à 2019
80% d'excursions françaises pour 20% d'excursions étrangères

Régions émettrices d'excursions



Hit-parade des régions émettrices d'excursions

Région émettrice	Excursions	Part excursions
Nouvelle-Aquitaine	499 879	45,1%
Occitanie	369 284	33,3%
Ile-de-France	83 802	7,6%
Auvergne-Rhône-Alpes	32 284	2,9%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	22 796	2,1%
Hauts-de-France	21 506	1,9%
Pays de la Loire	18 883	1,7%
Normandie	13 189	1,2%
Centre-Val-de-Loire	12 642	1,1%
Bretagne	12 611	1,1%
Grand Est	11 889	1,1%
Bourgogne-Franche-Comté	8 784	0,8%
Corse	1 068	0,1%
Total		100,0%

1,11 millions d'excursions par les clientèles françaises soit +21,6% vs 2019

+ de 282 000 d'excursions par les clientèles étrangères soit +11,7% vs 2019

Top 3 pays étrangers

- 1) Royaume-Uni**
- 2) Belgique**
- 3) Pays-Bas**

II) ORIENTATION DES ACTIONS 2024

**Orientations opérationnelles issues
du Schéma du Tourisme Durable**

A scenic view of a gravel path along a canal. The path is lined with lush green trees and foliage. In the foreground, there are yellow flowers. Two people are riding bicycles on the path. The water in the canal is calm and reflects the surrounding greenery. The sky is blue and clear.



La stratégie marketing structurée dans le cadre du Schéma Départemental du Tourisme Durable s'adressera aux attentes de

3 cibles de clientèles majeures tant en France qu'à l'étranger à savoir :




- Le Grand Public,
- Les Médias, les réseaux sociaux et les influenceurs,
- Les Professionnels du voyage et des groupes.



6 Bassins émetteurs de clientèles sur la France

- Bassin Sud-Ouest (Occitanie et résidents du Tarn-et-Garonne)
- Bassin Aquitain (Bordeaux Sud Gironde),
- Bassin Parisien (Paris Ile de France),
- Bassin Couloir Rhodanien (Auvergne-Rhône-Alpes)
- Bassin Sud-Est (PACA)
- Bassin Ouest (Nantes / Rennes).

5 Pays émetteurs de clientèles sur l'Europe

- Grande-Bretagne,
- Espagne,
- Pays-Bas,
- Belgique,
- Allemagne.

Cibles	Caractéristiques	Attentes	Intérêt pour le 82
 <p data-bbox="285 369 401 397">Familles</p>	<ul data-bbox="479 238 838 419" style="list-style-type: none"> • Familles en (court-)séjour : grandes Agglomérations à 2/3h, Ile-de-France... • Tous pouvoirs d'achat, y compris publics modestes • Eté et vacances scolaires 	<ul data-bbox="896 205 1375 452" style="list-style-type: none"> ◦ Un bon rapport qualité / prix, une offre accessible et adaptée au jeune public : offre de loisirs dont réseau des bases de loisirs, médiation adaptée dans les sites culturels et patrimoniaux ◦ Une offre sécurisée et des services adaptés 	<p data-bbox="1433 546 1657 631">VOLUME, FREQUENTATION TOUTE L'ANNEE</p> <p data-bbox="1433 670 1657 725">CONSOMMATION LOCALE</p>
 <p data-bbox="274 642 421 703">Urbains de proximité</p>	<ul data-bbox="479 513 838 725" style="list-style-type: none"> • « Le jardin des toulousains » : proximité de l'Agglomération toulousaine (et Bordeaux dans une moindre mesure) • Couples, seniors... plutôt CSP+, WE toute l'année 	<ul data-bbox="896 495 1375 742" style="list-style-type: none"> ◦ Une bonne accessibilité depuis les principaux points d'accès (publics motorisés ou non) ◦ Des produits expérientiels et de découverte du territoire (restauration locale, patrimoine, événementiel, APN et itinérances), une expérience « authentique » 	
 <p data-bbox="274 947 421 1009">Tarn-et-Garonnais</p>	<ul data-bbox="479 834 838 1015" style="list-style-type: none"> • 260 000 habitants en Tarn-et-Garonne, forte croissance démographique • Revenu fiscal médian inférieur à la moyenne nationale 	<ul data-bbox="896 801 1375 1048" style="list-style-type: none"> ◦ Un bon rapport/qualité de prix des offres et des services ◦ Des offres culturelles, sportives et événementielles renouvelées ◦ Des produits expérientiels et de découverte du territoire / sorties sur les weekends ◦ L'accessibilité pour tous les publics 	

Cibles	Caractéristiques	Attentes	Intérêt pour le 82
 Touristes de bien-être	<ul style="list-style-type: none"> • Clientèle de niche à forte valeur ajoutée, vectrice d'image : séjours « au vert » et expérientiels • Fort pouvoir d'achat, franciliens et urbains nationaux • Eté, ailes de saison (court-séjour) 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Qualité de l'expérience de séjour tout au long du parcours-client : hébergement, restauration, activités ◦ Des produits expérientiels autour du segment bien-être : déconnexion, mieux-vivre, etc. dans un cadre naturel de qualité 	<p>PUBLICS DE NICHE MAIS LEVIERS D'IMAGE</p> <p>PRESCRIPTEURS DE LA DESTINATION</p>
 Itinérants	<ul style="list-style-type: none"> • Couples, seniors actifs, etc. avec fort pouvoir d'achat • Locaux (loisirs), nationaux (« camp de base » ou grands itinérants) • D'Avril à Octobre 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Des routes aménagées et sécurisées avec services : location de vélo (dont VAE) et haltes, balisage / signalétique, restauration et hébergements adaptés... ◦ Couplé à la découverte de sites et offres emblématiques du territoire 	

RENFORCER L'ATTRACTIVITE ET LA VISIBILITE EN 2024 :

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme copilotera aux côtés du Conseil Départemental les actions menées dans le cadre des **fiches 1, 2 et 3** du Schéma Départemental du Tourisme Durable. La **fiche 4** sera pilotée directement par Tarn-et-Garonne Tourisme.

AXE
A

1

Structurer une marque touristique territoriale interne pour fédérer les acteurs départementaux

- en
2024
- **Création de la marque, de l'identité visuelle et ses déclinaisons**
 - **Structurer une ligne de produits chartés « Tarn-et-Garonne » ...**

2

Développer les coopérations transdépartementales et régionales

- **Contrat de Territoire « Slow campagne »**
- **PACT G4 « Destination Sud-Ouest »**
- **Démarches collectives autour du déploiement des itinérances cyclables et pédestres**

en
2024

3

Diffuser la culture touristique auprès des parties prenantes : élus, résidents, professionnels...

- **Poursuite de la brochure « Chiffres clés du tourisme »** avec intégration de nouvelles données et partage de ces éléments aux élus et partenaires

AXE
A

4

Faire évoluer les outils d'observation et d'évaluation des politiques publiques

- **Réflexion sur l'intégration de nouveaux critères** sociaux, environnementaux, et autres indicateurs nécessaires à l'observatoire des résultats en T&G

- **Utilisation de nouveaux outils** (enquête régionale de clientèle à partir des vacances de Toussaint 2024, FTO France Tourisme Observation)

QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme copilotera aux côtés du Conseil Départemental les actions menées dans le cadre des **fiches 5 et 10** du Schéma Départemental du Tourisme Durable. Tarn-et-Garonne Tourisme sera partenaire et contribuera à la mise en œuvre des **fiches 6, 7, 8 et 9**.

AXE
B

5

Incarner une filière touristique forte autour du terroir, des savoir-faire, et des bons produits

en
2024

- **Création et animation d'un réseau de partenaires fort** en lien avec les chambres consulaires, afin d'incarner une nouvelle dynamique en termes d'identification, de qualification et de reconnaissance des productions à l'échelle du département

10

Mettre en cohérence le réseau des bases de loisirs du département et moderniser l'offre

- **Mise en place du réseau des bases de loisirs du Tarn-et-Garonne** en collaboration avec les Offices de Tourisme (objectifs : stratégie de positionnement, montée en gamme de l'offre, qualification des prestations, optimisation de la communication...)

AXE
B

8

Mettre en place des outils de pilotage des filières
APN et Itinérances

en 2024

- **Création du Topoguide départemental** valorisant une sélection de 40 itinéraires de randonnée afin de mettre en valeur, équilibrer et structurer les territoires
Parution en mars 2025 !

- **1 application dédiée aux itinéraires à l'étude** afin de valoriser les autres itinéraires pédestres mais aussi les circuits vélo !

En 2024, Tarn-et-Garonne Tourisme copilotera aux côtés du Conseil Départemental les actions menées dans le cadre des **fiches 12 et 14** du Schéma Départemental du Tourisme Durable. Tarn-et-Garonne Tourisme sera partenaire et contribuera à la mise en œuvre des **fiches 11 et 13**.

AXE
C

12

Travailler en lien avec les territoires et les socioprofessionnels sur des projets collectifs autour des mobilités alternatives

en
2024

- Valorisation d'une page « mobilités durables » sur le site de Tarn-et-Garonne Tourisme afin d'optimiser la communication sur toutes les prestations proposées (réseau de bus, trains, covoiturage, navettes-aéroport, bornes vélo, transport de bagages...)

13

Accompagner les territoires et les gestionnaires de sites dans la préservation des Espaces Naturels Sensibles

- Contribution à la communication de l'ouverture au public des ENS (diffusion d'informations + agenda d'évènements sur les supports digitaux de Tarn-et-Garonne Tourisme, en collaboration avec les Offices de Tourisme (16 ENS sur le 82 dont 7 en maîtrise d'ouvrage directe)

AXE
C

14

Favoriser l'accessibilité des offres auprès de tous les publics

en
2024

- Poursuivre le développement de la marque « Tarn-et-Garonne En Famille »



- Favoriser l'accessibilité des offres en sensibilisant les professionnels et les collectivités, intensifier le déploiement de la marque d'Etat « Tourisme & Handicap ».



III) ORIENTATION DES ACTIONS 2024

**Marketing : Promotion-Communication
et commercialisation**



APITOUR : outil permettant de conseiller leurs visiteurs, leur envoyer des informations et d'extraire des statistiques.

L'application est développée par Tarn-et-Garonne Tourisme en collaboration avec les Offices de Tourisme pour répondre au mieux à leurs besoins.

Volet Accueil : renseigner le profil touristique du client, conseiller le touriste, envoyer par SMS et email un carnet séjour avec les offres du territoire.

Volet Statistiques : mise en forme des données, exports des données « client ».

Nouveauté

CLUB DES SITES :
Mise à disposition d'Apitour à tous les membres
du Club des Sites et des Bases de Loisirs



Et si en 2024 nos bonnes résolutions étaient faciles à tenir ? Se chouchouter avec des escapades bien-être et cocooning : facile ! Faire du sport avec des randonnées vivifiantes et dépaysantes : facile ! Se cultiver et apprendre en s'amusant : facile ! Cuisiner et manger sainement : facile ! Rien n'est plus facile que de vivre une année inattendue en Tarn-et-Garonne !



La maison d'hôtes du Moulin de Salazar est un cadre exceptionnel. Ce moulin du XIX^e est entièrement dédié à prendre soin de vous et à vous dorloter avec des séances SPA, des massages et des soins de beauté.

L'hôtel et spa Le Belvédère est un endroit de rêve voué au bien-être. Tout y est pensé pour se ressourcer, se reposer, se détendre, se déconnecter de nos vies à 100 à l'heure.

Le Moulin de Moissac est un ravissement pour les yeux, le corps et les papilles ! Sous les voûtes du XIV^e, le spa est un havre de paix et de bien-être où l'on aime s'attarder.

Romanisme et havre de paix

L'éveil des sens

Vue sur Tarn et bien-être



L'hiver il n'y a pas que les randonnées en raquette ou ski de fond ! La campagne du Tarn-et-Garonne se pare d'une jolie lumière blanche, ardoise des méches de brumes à ses collines et vallons, parfois, les cristaux de neige

Programmation 2024 de la news Grand Public « Destination Tarn-et-Garonne »

- **15 janvier** : Thème 1 : Activités bien-être et détente / Thème 2: Offres promo.
- **5 février** : Thème 1 : Gastronomie / Thème 2 : «Saint-Valentin».
- **4 mars** : Thème 1 : Viticulture / Thème 2 : Idées week-end pour Pâques
- **5 avril** : Thème 1: Famille et Loisirs / Thème 2 : Art de vivre. / Thème 3 : Idées pour les longs week-ends de l'Ascension et Pentecôte et Vacances d'été
- **6 mai** : Thème 1 : Fêtes des Mères / Thème 2 : Idées pour les longs week-ends de l'Ascension et Pentecôte et Vacances d'été
- **3 juin** : Thème 1 : Festivals et Evènementiels / Thème 2 : Fête des Pères / Thème 3 : Vacances d'été
- **1 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 réveil.
- **2 décembre** : Thème 1 : Idées cadeaux / Thème 2 : Réveillons de Noël et du 31 décembre.

Les newsletters :

Mise en avant des actions de nos partenaires (hébergeurs, Club des sites, prestataires d'activités...) et de leurs offres dans **nos 12 newsletters.**

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

Fichier de prospects : Chaque envoi représente + de 21 000 contacts.

PORTRAIT de celles et ceux qui “font” le Tarn-et-Garonne”

Questions posées à Thibaud Romulus:

Quelles sont vos origines : qui êtes-vous et d'où venez-vous ?

Je suis Aveyronnais, mais je connais bien la région car ma famille a un camping dans l'Aveyron et un près de Toulouse. Je connaissais l'ancien propriétaire de ce camping.

Comment et pourquoi avez-vous pris la gestion d'un camping, depuis quand?

Ayant grandi dans cet univers, j'ai toujours voulu gérer mon propre camping.

Une occasion idéale s'est présentée ici à Garganvillar, j'ai trouvé le cadre très beau et j'ai vu le potentiel de ce lieu.

Mon camping est un camping idéal pour les familles.

Au calme, entouré de lacs avec les animaux dont les chèvres et les canards, et surtout avec beaucoup d'activités pour les enfants.

C'est ma 7ème saison ici.



FAITES-VOUS FAIRE LE PORTRAIT !

Mise en avant de ces portraits dans :

- 1 page dédiée sur le site de Tarn-et-Garonne Tourisme
- les réseaux sociaux de Tarn-et-Garonne Tourisme
- les newsletters de Tarn-et-Garonne Tourisme

Rejoignez notre collection de portraits !

AXE
A

ACTIONS EN DIRECTION DES MEDIAS ET INFLUENCEURS



Temps fort TV

> LA CARTE AUX TRÉSORS :

En Juin ou juillet 2024, diffusion sur France 3 de l'émission tournée en septembre 2023 avant une reprise du programme sur TV5 Monde et en replay sur la plateforme de France TV.



STRATÉGIE BtoB : LES GRANDS RENDEZ-VOUS

WORKSHOPS ET OPERATIONS DE SEDUCTION POUR LES GROUPES

Rendez-vous en France à Toulouse

Dates : 22, 23, 24 mars 2024 (éducteurs)

+ 26 et 27 mars (workshop)

Organisés par Atout France et le CRTL Occitanie.

800 prescripteurs internationaux invités

IFTM TOP RESA à Paris

Date : début octobre 2024

(sur le stand ADN Tourisme Groupes)

FOCUS

53

Tours
opérateurs
sensibilisés

Nouveauté

-> SALON DES VACANCES LÉONARD À LIÈGES

Dates : 13 et 14 janvier 2024

Les voyages Léonard, voyageur incontournable en Belgique depuis 75 ans, programme depuis 2023 le Tarn-et-Garonne dans ses catalogues.

Objectif : Promouvoir et vendre nos offres auprès des clientèles belges.

EDITIONS THEMATIQUES

Collection de 3 brochures spécifiques avec diffusion ciblée :

Catalogue Groupes, Brochure Clubs Autos et Manuel de Ventes 2024-2025.



Nouveauté

-> ELARGISSEMENT DE LA DESTINATION
« VIGNOBLE DU QUERCY » :

Lancement de l'accompagnement par l'ADEFPAT pour la mise en place de l'élargissement de la destination Vignoble du Quercy aux autres appellations.

(Action en lien avec la Fiche 2 du Schéma)

2ÈME ÉDITION DE L'OPÉRATION DE PROMOTION RESTAURATEURS ET VIGNERONS

Suite à la première édition du dispositif lancé par la Fédération des Vins du Tarn-et-Garonne en collaboration avec Tarn-et-Garonne Tourisme et les restaurateurs tarn-et-garonnais, organisation d'une nouvelle opération sur la période du 1^{er} juin au 30 septembre 2024 puis durant l'hiver, en partenariat avec les vignerons des 6 appellations.

Bienvenue sur L'Espace Pro de Tarn-et-Garonne Tourisme

Ingénierie - Observatoire Eco - Promotion - Commercialisation

Accueil → Espace Pro

Outil d'ingénierie au service de tous les Professionnels, Collectivités et Offices de Tourisme.

Tarn-et-Garonne Tourisme est la structure départementale qui accompagne chaque professionnel du tourisme, depuis la création de leur entreprise jusqu'à leur mise en marché. L'association est chargée de mettre en œuvre la politique touristique du Département, sur la base du Schéma Départemental de Développement Touristique et des Loisirs élaboré par le Conseil Départemental. L'actuel schéma couvre la période 2023-2028.

Tarn-et-Garonne Tourisme est constituée d'une équipe de 15 personnes, structurée en 3 Pôles de compétences : Ingénierie, Marketing et Ressources.

Communication

Marque, classement et label

Commercialisation

Observatoire économique

Schéma Départemental