

Salons grand public et accueils presse

- **Salon du tourisme à Toulouse (du 8 au 10 février) :** participation de l'office de tourisme aux côtés de la Mairie de Toulouse.
- **« Le Monde à Paris » (MAP) (du 13 au 17 mars) :** pour la première année, l'office de tourisme a participé à un salon grand public à Paris. L'occasion s'est présentée en raison du regroupement du Map grand public et du Map pro. L'ensemble des partenaires (CRT, CDT, OT) a jugé les résultats décevants et notamment s'agissant des journées professionnelles. Les organisateurs ont décidé pour l'année 2009 de scinder à nouveau ces 2 opérations et de repositionner le Map pro à l'automne.



- **12 accueils presse** (Le Point, l'Express, Maisons et Travaux, Pleine Vie, Figaro Magazine, la Marseillaise, la République du Centre, Gallimard, Camping-car Magazine, Golf Européen, Sud-Ouest

Dimanche, Envie d'Ailleurs). À noter, le lancement en mai de 3 nouveaux guides Gallimard : 1 guide Midi-Pyrénées, un « Géoguide » Toulouse et un guide « Cartoville » Toulouse.

Actions vers les professionnels

- **2 éductours « groupe Accor » (le 4 octobre et du 6 au 8 novembre) :** invitation des meilleurs clients du groupe Accor ;
- **Éductour « destination Midi-Pyrénées » (du 4 au 6 octobre) :** éductour d'autocaristes français et belges élargi en 2008, à des professionnels espagnols et allemands ;
- **Éductour « entreprises » (le 2 juillet) :** accueil d'une trentaine de chefs d'entreprise et de leurs collaborateurs ; présentation du Muséum d'Histoire Naturelle ; dégustation œnologique ; dîner musical au Moai et visite guidée nocturne ;
- **Lancement d'une e-news pro :** envoi en mars de la première e-news pro bimensuelle de l'office de tourisme auprès de 1 700 contacts ;
- **Mailing :** envoi du manuel des ventes et de la brochure « Journées et Soirées toulousaines » à l'ensemble du fichier pro en juillet 2008.

Royaume-Uni...

En 2007, la clientèle anglaise a connu un léger repli à Toulouse en termes d'arrivées hôtelières et de fréquentation à l'office de tourisme. Elle reste néanmoins la première clientèle étrangère (en termes de nuitées hôtelières) sur le territoire de Toulouse. Pour redynamiser la fréquentation de cette clientèle et inciter les compagnies low-cost à s'implanter encore plus fortement à Toulouse, l'office de tourisme, en partenariat avec l'aéroport Toulouse-Blagnac et d'autres



acteurs régionaux, a souhaité donner une plus forte visibilité à son action dans le nord de l'Angleterre, 2^e bassin émetteur de clientèles sur ce marché.

- **Opération « Manchester » (du 12 au 15 juin) :** principaux enjeux = > mobiliser les décideurs autour de la candidature du Toulouse Olympique XIII à la Superleague et afficher ainsi la forte mobilisation de Toulouse et sa région pour l'accession du club à ce championnat ; fédérer les acteurs en vue d'une réouverture de la ligne Toulouse - Manchester en complément de la liaison Leeds - Toulouse par Jet2.com (réouverture effective en mars 2009 avec BMI Baby) ; promouvoir la région auprès des professionnels et du grand public.

Le workshop, organisé à l'hôtel Novotel Manchester West, a réuni une soixantaine de professionnels. C'est dans une ambiance conviviale (quizz, simulateur de vol et buffet élaboré par l'ancien chef étoilé toulousain Gérard Garrigues) que les échanges entre les opérateurs de notre région et les professionnels anglais se sont tenus. Au final, un bilan plutôt positif et des contacts à fidéliser.

Les deux journées dans le Trafford Shopping Centre ont permis de faire connaître au grand public les atouts de la destination sur un stand de 65 m² entièrement décoré aux couleurs de Toulouse et de sa région. Cinq annonces sont parues dans la presse locale pour renforcer l'impact de cette opération.



- **Opération « Jeunes Talents » (Club Tourisme en ville) :** organisation à Londres de deux expositions photos (la première du 11 au 30 juillet 2008 à Saint-Pancras et la deuxième du 14 au 18 octobre à Canary Wharf 2008) sur la thématique des grandes villes de France. Partenariat avec de jeunes photographes du London College of Communication venus en reportage dans les villes. Au final : une belle opération d'image (22 000 cartes postales, 300 DVD de 200 photos, soirée de présentation à la presse) valorisée également sur le WTM (salon touristique le plus important en Europe) et au workshop France en janvier 2009.

des villes de France. Partenariat avec de jeunes photographes du London College of Communication venus en reportage dans les villes. Au final : une belle opération d'image (22 000 cartes postales, 300 DVD de 200 photos, soirée de présentation à la presse) valorisée également sur le WTM (salon touristique le plus important en Europe) et au workshop France en janvier 2009.

- **10 accueils presse :** pour des supports britanniques avec notamment un bel article sur la Cité de l'espace, paru le 15 mars 2008, dans « The Times », et 3 accueils de médias irlandais et écossais (The Irish Independent/160 000 exemplaires, Scottish Sunday Herald/52 000 exemplaires...) ✨

Candidature du TO XIII à la Superleague



Soutien actif de l'office de tourisme à la candidature du Toulouse Olympique XIII à la Superleague se traduisant par :

- l'élaboration de packages « clé en main » à l'attention des supporters en partenariat avec deux agences réceptives toulousaines ;
- la promotion des offres « city-card » ;
- la valorisation des atouts touristiques de la ville lors de la présentation du dossier de candidature à Leeds aux côtés de l'équipe dirigeante du TO XIII, de la Direction Régionale du Tourisme, de l'Aéroport Toulouse-Blagnac et de l'UMIH ;
- le montage d'une opération spécifique à Manchester (cf. ci-dessus) pour développer des liens touristiques durables entre le nord de l'Angleterre et le sud-ouest de la France ✨

Le TO en route pour la super league

Opération de promotion à Manchester

Office de tourisme

