



Rapport d'activité

2022



**AVEYRON
ATTRACTIVITÉ
TOURISME**







SOMMAIRE

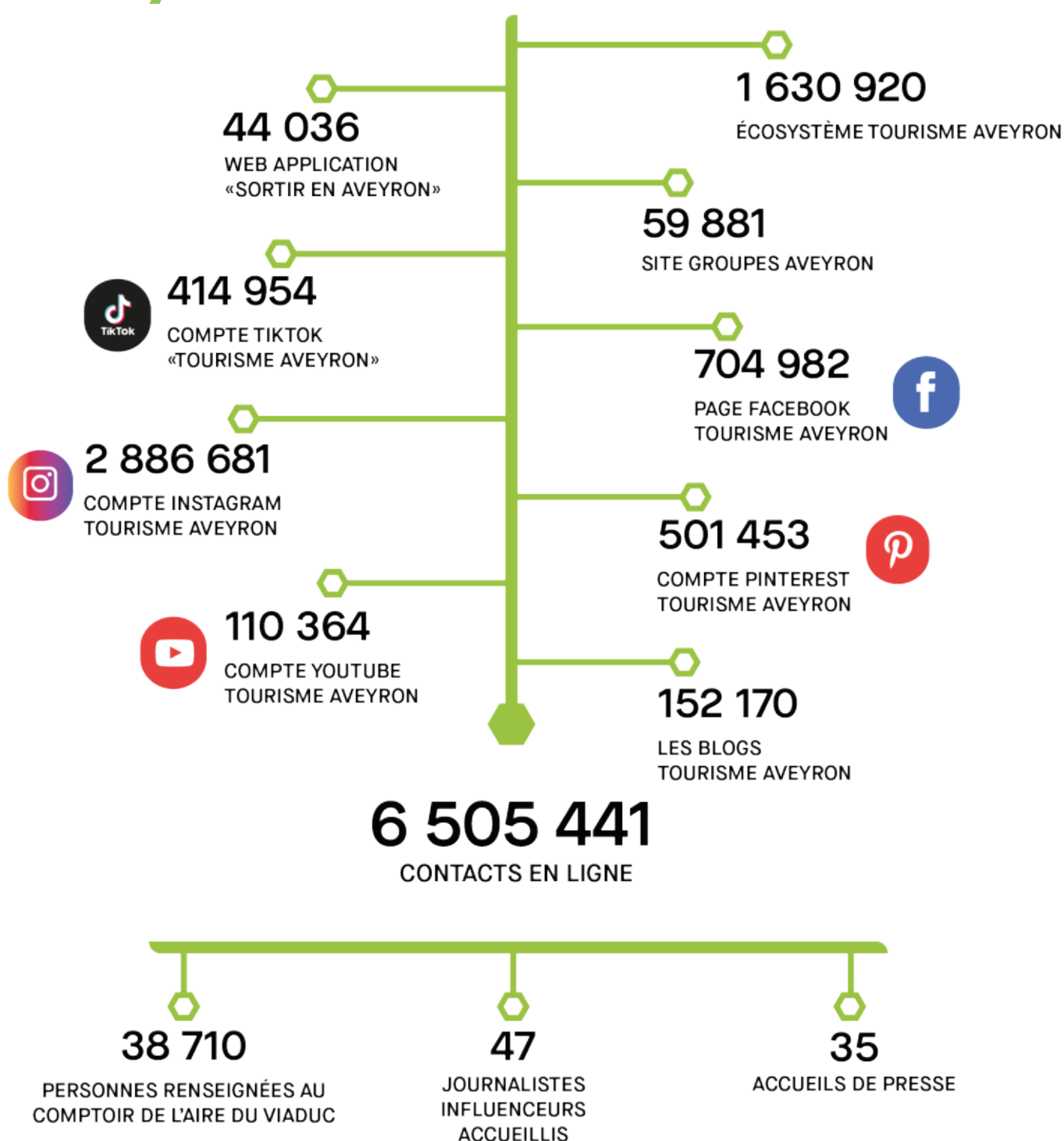
- | | | |
|----|--|----|
| 01 | Mettre le territoire en séduction : donner envie d'Aveyron | 5 |
| 02 | Qualifier et promouvoir l'offre tourisme et attractivité | 29 |
| 03 | Développer l'attractivité médicale, paramédicale et vétérinaire | 41 |
| 04 | Prospecter les talents, faciliter les recrutements, accueillir les nouveaux arrivants | 47 |
| 05 | Valoriser la marque Fabriqué en Aveyron | 57 |
| 06 | Attirer les jeunes diplômés et fidéliser les étudiants | 67 |
| 07 | Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires | 71 |



ORIENTATION

01

Mettre le territoire en séduction : donner envie d'Aveyron





Travailler les clientèles de proximité – Campagne de communication

Objectifs

3ème année et dernière année de la campagne de communication
« Trop loin, si proche, l'ailleurs n'est pas loin »

Appropriation territoriale : Une communication partagée = un impact amplifié



18 780 317

Affichages



143 247

Clics



Supports de communication



Ciblage géographique

Métropoles de proximité :

- o Toulouse
- o Montpellier
- o Lyon
- o Marseille
- o Bordeaux



Planning de communication

30 mars au 16 octobre

- o Display
- o Radio
- o Tiktok (nouveau 2023)
- o Youtube
- o TV
- o Cinéma
- o Affichage
- o Sponsoring réseaux sociaux

Pôle Marketing Communication



Animation des Réseaux sociaux

Tourisme Aveyron

L'objectif de la présence de Tourisme Aveyron sur les réseaux sociaux est de séduire et donner envie d'Aveyron auprès du grand public en s'adressant aussi bien aux français en général, qu'au public de proximité (Montpellier, Toulouse...) et aux aveyronnais.



56 6658 abonnés (+5 484 en 1an)
704 982 interactions
17 114 549 vues de contenu



28 407 abonnés (+2 688 en 1an)
99 045 interactions
2 886 681 vues de contenu



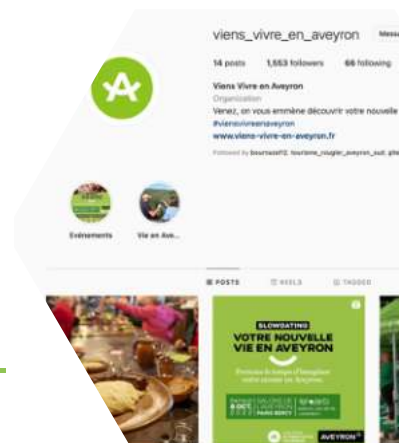
2 139 abonnés (+158 en 1an)
110 364 vues



30 820 interactions
504 453 vues de contenu



1 434 abonnés
414 954 vues (pour 25 vidéos publiées)



Viens Vivre en Aveyron

Dans le cadre de la création de l'agence d'attractivité et tourisme et pour faire écho à la création de nouveaux supports de communication, une présence de « Viens Vivre en Aveyron » a été mise en place. A cette fin, des comptes Facebook, Instagram, YouTube et LinkedIn ont été créés avec pour but une ligne éditoriale de séduction pour les personnes voulant potentiellement s'installer en Aveyron. Les thématiques abordées sont, entre autre, le bien vivre, l'emploi, la vie en entreprise (tiers lieux et co-work), le tourisme...

NB : «couverture» = nombre de personnes ayant vues notre contenu



13 600 abonnés (fin 2022)
Couverture : 397 905



95 abonnés (fin 2022)
1 800 vues



1 553 abonnés (fin 2022)
Couverture : 6 665



626 abonnés (fin 2022)
1 542 vues de la page
30 756 vues du contenu



L'Aveyron recrute

Administration publique

Rodez, Aveyron · 4 596 abonnés

Aveyron recrute, trouvez votre emploi, ICI, en Aveyron !



Animation des Réseaux sociaux

Aveyron Recrute

L'entité Aveyron Recrute existait déjà sur Facebook, Instagram, YouTube et LinkedIn. Avec la création de l'agence ainsi que des comptes Viens Vivre en Aveyron, il a été décidé de revoir la ligne éditoriale et de recentrer ces comptes sur la cible aveyronnaise aussi bien grand public en recherche d'emploi qu'entreprises aveyronnaises. Il a été aussi décidé de supprimer la présence de l'Aveyron Recrute des supports Instagram et YouTube, ceux-ci n'étant pas approprié pour la thématique emploi.

NB : «couverture» = nombre de personnes ayant vues notre contenu



6 000 abonnés (fin 2022)
Couverture : 531 876



4 500 abonnés (fin 2022)
3 432 vues de la page
52 389 vues du contenu



Fabriqué en Aveyron

Fabriqué en Aveyron était déjà présent sur le réseau Facebook. Le réseau Instagram a été ajouté en 2022. Ces deux canaux sont utilisés pour la mise en avant du Fabriqué en Aveyron, de sa mission mais surtout des entreprises adhérentes à la marque.

NB : «couverture» = nombre de personnes ayant vues notre contenu



6 000 abonnés (fin 2022)
Couverture : 531 876



4 500 abonnés (fin 2022)
3 432 vues de la page
52 389 vues du contenu

Autres réseaux sociaux

L'agence est aussi présente sur les réseaux sociaux pour Accueil Médecins (1 100 abonnés) et Vétérinaires (105 abonnés). La stratégie de ces deux thématiques sera à remanier en 2023.



Nouveauté 2022 : TikTok



1 434 abonnés



414 954 vues

(pour 25 vidéos
publiées)



En été 2022, Tourisme Aveyron a lancé un compte TikTok dans le cadre de la campagne de communication « L'ailleurs n'est pas loin » afin d'ouvrir la visibilité de la destination à d'autres publics. La cible TikTok étant différente des autres réseaux, cela permet de faire connaître la destination à un public plus jeune grâce à un contenu adapté. A cette fin, une vingtaine de vidéos (capsules) courtes et dynamiques ont été créées. TikTok étant également une plateforme de promotion de contenu payante, cette fonctionnalité a été utilisée dans le cadre de la campagne « L'ailleurs n'est pas loin » permettant de générer plus d'1,8 millions de vues.



Gestion de la relation client

Objectifs



**42 636 contacts
à fin 2022**

(7 200 contacts à fin 2021)



**2 emailing mensuels
(minimum)**

(Mailing Grand public
et Ambassadeurs)

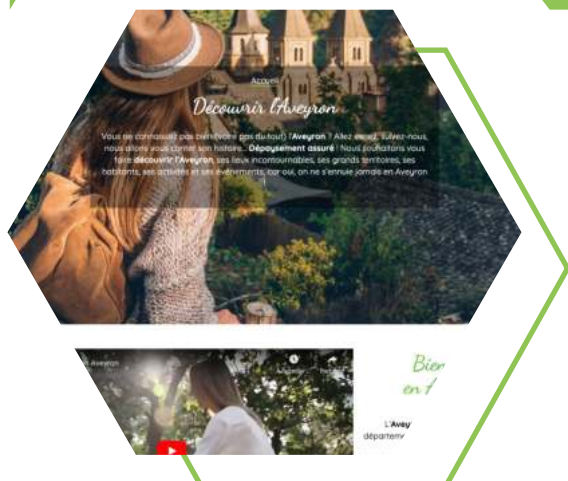
Depuis 2021, l'ADAT travaille en profondeur sa stratégie Gestion de la Relation client (GRC). En 2023, elle a poursuivi les objectifs marketing qui s'articulent principalement autour de 3 axes :

- Développer l'attractivité de la destination Aveyron et notamment auprès de nouvelles clientèles
- Attirer et fidéliser la clientèle de proximité
- Rajeunir la clientèle

En plus d'opérations mutualisées avec le CRTL, l'ADAT a travaillé sur les axes de collecte en mettant en place différentes actions (Jeux concours, bandeau d'incitation web, promotion réseaux sociaux, campagnes d'acquisition, ...)

Un projet de stratégie départementale de GRC associant les offices de tourisme du département à notre démarche a été mis en place à partir du mois d'août avec l'adhésion de 13 offices de tourisme. Il a été établi conjointement avec les OTs un planning annuel de diffusion pour valoriser la diversité de l'offre de l'Aveyron tout au long de l'année.





Sortie du nouveau site de l'attractivité : Viens Vivre en Aveyron

Objectifs



161 formulaires de contact

(envoyés depuis le site)



**Plus de 10 000 visites
Plus de 20 000 pages vues**

(sans prendre en compte les utilisateurs ayant refusé les cookies)

À la suite de la création de l'ADAT, un nouveau site a vu le jour à la mi-juillet 2022, afin de travailler le volet de l'attractivité et donc de pouvoir communiquer auprès de nos cibles externes au territoire : ViensVivre.EnAveyron.fr

Le site web est segmenté en 3 grandes catégories :

- Découvrir l'Aveyron : c'est où l'Aveyron, comment accéder au territoire, quels sont les grands paysages qui le composent, quelles sont les activités, les événements, les circuits-courts, 12 raisons de venir s'installer en Aveyron...
- Travailler en Aveyron : les grandes filières et domaines d'activité du territoire, offres d'emploi, les tiers-lieux et espaces de coworking, entreprendre en Aveyron, kit employeur avec mise en lumière des entreprises qui recrutent en masse...
- S'installer en Aveyron : accompagnement à l'installation, les écoles et formations, la santé, se déplacer sur le territoire...

L'accompagnement par nos équipes des prospects souhaitant s'installer en Aveyron est fortement mis en avant tout au long du site afin de les rassurer et afin que leur changement de vie se fasse dans les meilleures conditions.

Le site est en constante évolution et de nouvelles pages vont voir le jour en 2023. Un mini-site/ un espace dédié aux étudiants va d'ailleurs y être développé prochainement.





Création d'un compte Google Ads Viens Vivre en Aveyron (référencement payant)

Objectifs



11 700 clics



Plus de 800 000 impressions

(= affichages des publicités)

Comme un site tout nouveau met du temps à être bien référencé naturellement dans les moteurs de recherche, un compte Google Ads a été ouvert en septembre 2022 pour booster son trafic ViensVivre.EnAveyron.fr

Plusieurs campagnes de recherche autour des 3 grands thèmes du site (découvrir l'aveyron, s'installer en aveyron et travailler en Aveyron) ont été lancées, ainsi qu'une campagne de notoriété.

Annonce ☆
Viens Vivre en Aveyron



Attractivité Aveyron
à moi





Indice de Performant Tourisme Aveyron (IPTA)

Objectifs

L'IPTA est Indicateur global de performance qui comptabilise l'ensemble des points de contacts numériques tourisme administrés par l'ADAT. Il valorise le travail collaboratif mené par les différents acteurs touristiques aveyronnais, depuis plusieurs années, autour de la base de données touristique départementale (SITA).



Pour les autres cibles, les fréquentations des sites web spécifiques ont été aussi comptabilisé;



L'Aveyron Recrute
55 216 visites*



Accueil Médecins
12 334 visites*



Fabriqué en Aveyron
70 570 visites*

*sans compter les visiteurs ayant refusé les cookies

Pôle Marketing Communication





Participation à des salons

Objectifs

En 2022, l'ADAT poursuit sa politique salons qui consiste à recentrer ses participations sur des événements dont la cible porte un intérêt fort à des thématiques prioritaires. Pour ces marchés de niches, la clientèle française et en particulier la clientèle de proximité sont des éléments forts dans la sélection des opérations effectuées par l'ADAT. L'outil Welcotour est utilisé de manière systématique afin de renseigner de manière efficace les clients et d'enrichir la base de données clients. Ces salons thématiques sont coordonnés par l'ADAT avec l'appui logistique du service communication du Département de l'Aveyron



En 2022, les salons prévues étaient les suivants :

- Salon national de la pêche et des loisirs - Clermont-Ferrand
- Salon du randonneur – Lyon
- Salon de l'agriculture – Paris
- Natural Games - Millau
- Marché de Bercy et Slow Dating Bercy - Paris
- Salon du Roc d'Azur - Fréjus
- Festival des Templiers - Millau

Nouveauté 2023 : Casque de réalité virtuelle

Afin d'immerger en Aveyron les visiteurs de nos stands, l'ADAT a réalisé 2 films de réalité virtuelle (Descente en VTT et Via-Ferrata soirée en paroi) et s'est doté de 2 casques VR.



Éditions

Objectifs

En 2022 tout comme en 2021, l'ADAT a fait le choix d'actualiser le magazine et d'en éditer une version non datée afin que ces éditions puissent être utilisées plus longtemps et ainsi éviter le gaspillage inutile.

En matière touristique, l'ADAT a poursuivi, avec les offices de Tourisme, la diffusion de ses 3 éditions :

- Mag enAveyron (français, anglais, espagnol)
- Cartes touristiques (français, anglais, espagnol, allemand, néerlandais)
- Carte camping-cars (français)

Après une demande des besoins des OT, l'ADAT a réimprimé :

- Mag enAveyron (français, anglais)
- Cartes touristiques (français, anglais, espagnol, allemand, néerlandais)





Flyer dispositif attractivité,
nouveaux arrivants

Autres éditions en faveur du dispositif des nouveaux arrivants et tiers lieux

Objectifs

En 2022, l'ADAT à réaliser de nouveaux documents afin de valoriser le dispositif mis en place en faveur des nouveaux arrivants mais aussi afin de mettre en avant l'organisation collective et le maillage des tiers-lieux du département.

Ces nouvelles réalisations sont distribuées sur les différentes opérations effectuées par l'ADAT. Des documents existants ont été actualisés.



Flyer dispositif de recrutement



Document valorisant le réseau
des Tiers Lieux



Dispositifs attractivité résidentielle ciblée sur les touristes de passage

Objectifs

A partir de l'été 2022, l'ADAT a mis en place sur les sites à forts passage du département (aires d'autoroutes A75 et aéroport) et dans les offices de tourisme des totems et des présentoirs engageant les touristes à s'installer dans l'Aveyron au-delà de seulement séjourner pour les vacances. Cette action a pour but de lier l'attractivité touristique à l'attractivité résidentielle et de favoriser l'entrée de nouveaux profils dans la base de données des projets de mobilité.

Les totems ont été installés dans les 3 aires de l'A75 ainsi que l'aéroport tandis que l'ensemble des offices de tourisme ont bénéficiés de petits présentoirs pouvant être déposé sur leurs banques d'accueil.





Vidéos « Dégustez l'Aveyron »

Objectifs



**4 nouvelles vidéos pour
une saison 2**

Cette opération a bénéficié d'une aide financière du Département dans le cadre du plan de relance mis en œuvre pour favoriser la reprise de la consommation touristique. En 2022, 4 nouvelles vidéos ont été tournées et diffusées. Elles visent à valoriser les restaurateurs aveyronnais ainsi que la production locale.



Les vidéos réalisés en partenariat avec l'UMIH :

- Restaurant les Planques
- Estofinado
- Farçous
- Le jardin des Causses



Programme Tremplin

Objectifs

L'objectif de ce programme nommé « Tremplin » est d'unifier les forces des acteurs institutionnels, mutualiser les moyens afin d'être plus efficace pour accompagner la reprise et générer de l'activité tout en préparant l'avenir et l'adaptation de l'économie touristique d'Occitanie aux mutations structurelles que connaît ce secteur.

Pour ce travail collectif entamé en 2021, l'ADAT de l'Aveyron a participé, financièrement et a travaillé à l'élaboration et à l'animation d'un plan d'actions 2022, en participant à plusieurs réunions, pour les filières suivantes :

- Thermalisme
- Agritourisme et Œnotourisme
- Cyclotourisme

Dans le cadre de ce même programme Tremplin, l'ADAT a poursuivi, en 2022, le travail entamé dans le cadre des Programmes d'Actions Concertées du Territoire qui visent à promouvoir de manière collective et mutualisée des territoires avec une forte identité.

- PACT destination Aubrac
- PACT destination Gorges du Tarn
- PACT destination « campagne » représenté par les départements Lot – Aveyron – Lozère.





Photothèque en ligne

Objectifs



39 641
téléchargements de
médias

(en progression de 95%
versus n-1)



1 123 connexions
utilisateurs

(en progression de 6%
versus n-1)



3218 médias ajoutés



Suite au travail commun effectué en 2017 avec le Département sur le projet de photothèque commune, l'ADAT continue de s'assurer de son bon fonctionnement et de son amélioration avec le prestataire Keepeek. L'ADAT continue aussi la mise en ligne de nouveaux visuels et vidéos, acquis via des reportages photos ou des mises à disposition ainsi que la gestion des demandes de visuels.



DÉVELOPPER LES RELATIONS MEDIAS

Les dossiers de presse



Intitulé « Lignes de fuite », le dossier de presse recensait 12 expériences à vivre en Aveyron afin de valoriser les différentes offres et/ou nouveautés de la destination.

Le dossier de presse Aveyron a été totalement repensé en 2022.

Il a été diffusé à la presse nationale généraliste, spécialisée Tourisme/Nature/ Gastronomie et la presse radio, TV en janvier 2022 et a permis de toucher 880 journalistes.

Un mini-dossier de presse a été rédigé et envoyé, en mars 2022, à 690 journalistes de la presse nationale généraliste, spécialisée bien-être/ outdoor/vélo, à la presse régionale et à la presse radio/TV.

L'objectif était de valoriser le territoire à travers les différentes balades et randonnées de la destination.

En complément, des communiqués de presse (Fête de la Transhumance, valorisation des villages, GR Tour du Larzac) ont été envoyés.



L'espace presse

Un espace presse, destiné aux journalistes et influenceurs, créé en 2021, a été alimenté en 2022. Il permet de retrouver toutes les actualités liées à la presse, de télécharger les dossiers de presse, d'avoir accès à la médiathèque...



DÉVELOPPER LES RELATIONS MEDIAS

Le Workshop Partir en France

ADN Tourisme, en collaboration avec l'agence Comadequat, a organisé un workshop presse les 17 et 18 janvier 2022, en présentiel (après 3 workshops presse réalisés en distanciel en 2021) dans les Salons de l'Aveyron, dans le 12ème arrondissement de Paris.

Ce workshop est un « grand marché » qui permet, aux attachés de presse des CRT, ADT/CDT et OT de catégorie 1, de présenter leurs actualités et nouveautés, aux journalistes de la presse Tourisme, Culture, Art de vivre.

L'Agence et l'OT de Rodez Agglomération ont ainsi pu présenter l'Aveyron, lors de rendez-vous de 20 minutes.

En complément, un autre workshop a été organisé en distanciel le 10 octobre 2022.

Le voyage de presse

Un voyage de presse a été réalisé du 30 mai au 2 juin 2022 pour faire vivre, à 4 journalistes (pour 5 médias : Le Figaro Magazine, Le Parisien, Le Monde du camping-car, Le Télégramme, Télé7jours) le territoire à travers des expériences authentiques, gastronomiques, patrimoniales et culturelles. Au programme : Sainte-Eulalie-d'Olt, Saint-Geniez d'Olt, Saint-Côme d'Olt, Estaing, Conques, Rodez.



Article de Télé7jours



Article de Le Télégramme



Article de Le Monde du Camping-Car



DÉVELOPPER LES RELATIONS MEDIAS

Le blogtrip

Le Blogtrip prévu sur le Larzac en septembre 2021 a été reporté en 2022 suite aux intempéries dans le Sud de la France. Il a eu lieu du 27 au 29 mai. 4 influenceurs (Évasions Bordelaises, La Bougeotte Française, Voyageurs Français et Touristissimo) ont ainsi publié 4 articles de blogs et 163 posts sur les réseaux sociaux.

Les accueils de presse/média

Ces accueils, organisés autour de diverses thématiques, proviennent en grande majorité des relances presse effectuées. A noter 28 retombées de qualités et de reportages complets de 1 à 9 pages.

Des exemples de médias accueillis : Le Cycle, Balades randos, Auto rétro magazine, La Croix, i-voyages...



7 outils de presse



35 accueils de presse/médias réalisés



47 journalistes et influenceurs accueillis



126 retombées presse



3 003 365€ de contre-valeur publicitaire



10 153 183 lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs
+ 134 156 701 internautes donc
239 309 884 personnes sont susceptibles d'avoir lu ou entendu un sujet sur le tourisme dans l'Aveyron



Aire du Viaduc

Horaires d'ouverture

Première année d'ouverture « normale » après la crise de la COVID. Un site ouvert 7 jours sur 7 (fermeture le 01/01 et le 25/12).



Du 01 janvier
au 26 mars :
10h/17h



Du 27 mars au
06 juillet :
10h/18h et
09h/18h week-
end et jours
fériés



Du 07 juillet au
31 août :
10h/19h



Du 01 septembre
au 30 septembre :
10h/18h et
09h/18h week-end
et jours fériés



Du 01 octobre
au 06
novembre :
10h/18h



Du 07 novembre
au 31 décembre :
10h/17h

Fréquentation de l'Aire du Viaduc

En 2022, la clientèle accueillie sur l'Aire a été très majoritairement française (près de 90%). Les régions les plus représentées ont été l'Occitanie, Auvergne Rhône Alpes, PACA, la Nouvelle Aquitaine et l'Île de France.

Deux totems « Viens vivre en Aveyron », permettant la diffusion de flyers valorisant l'accompagnement de l'Agence auprès de futurs habitants, ont été installés dans le hall d'accueil.



Nombre de visiteurs :
433 289 personnes ont
visité, en 2022, les espaces
intérieurs de l'Aire du Viaduc
333 079 en 2020 soit + 30,09%
(fermeture 4,5 mois en raison de la
crise sanitaire)
520 359 en 2019 soit -16,73%
(année de référence avant COVID)



Demandes au comptoir
tourisme : 29 562
(19 781 en 2021 soit + 49,45 %)



La journée la plus
fréquentée :
samedi 06 août
2022
= 6 671 entrées
dans la ferme.





Aire du Viaduc

Animations sur l'Aire du Viaduc de Millau en 2022

L'exposition du Club des sites de l'Aveyron a été prolongée en 2022.

Des dégustations de produits aveyronnais ont été proposées :

Les 30 juillet et 13 août : dégustation d'aligot par la coopérative Jeune Montagne

Le 06 août : dégustation du Bœuf d'Aubrac

Soirées « internes en médecine » :

Le 12 mai et le 8 novembre 2022

Les nouveaux internes en médecine de la faculté de Montpellier ont été accueillis sur l'Aire du Viaduc. Un moment de convivialité et d'échanges entre internes en médecine, élus et médecins.



Mettre le territoire en séduction : Donner envie d'Aveyron



Aire de l'Aveyron

Espace dans le hall d'accueil

Un présentoir, intégrant une carte départementale, permet la diffusion de documentation sur l'Aveyron. Le personnel du pôle Grand Public en a assuré le remplissage hebdomadaire (bihebdomadaire en saison estivale) pour une diffusion totale de :



6000 cartes
FR



4500
Magazines
FR



1300 cartes
GB



600 Magazines
GB

Le grand écran, surplombant le hall principal de l'aire, a été alimenté régulièrement avec les animations et événements ayant pu se dérouler en 2022 (via l'outil Screentour).

Un totem « attractivité » a été installé dans le hall principal avant la saison estivale. Un flyer « Viens vivre en Aveyron » est diffusé via ce support afin de donner envie aux usagers de l'aire de « prolonger leurs vacances » et de venir s'installer en Aveyron.

Espace au sous-sol

Le grand écran, surplombant le hall principal de l'aire, a été alimenté régulièrement avec les animations et événements ayant pu se dérouler en 2022 (via l'outil Screentour).

Un totem « attractivité » a été installé dans le hall principal avant la saison estivale. Un flyer « Viens vivre en Aveyron » est diffusé via ce support afin de donner envie aux usagers de l'aire de « prolonger leurs vacances » et de venir s'installer en Aveyron.





Ambassadeurs de l'Aveyron

Opération 2022

Le Pôle Grand Public est chargé de l'opération « Ambassadeur de l'Aveyron ».
En 2022 :



55 sites touristiques
aveyronnais ont adhéré à
la démarche dont 44 sites
du réseau Club des Sites.



Plus de 1273 Aveyronnais
ont reçu leur carte
Ambassadeur leur
permettant de bénéficier
d'une réduction dans les
sites partenaires.



1075 Aveyronnais
sont abonnés à la
newsletter mensuelle.



Nouveau site dédié
aux ambassadeurs de
l'Aveyron

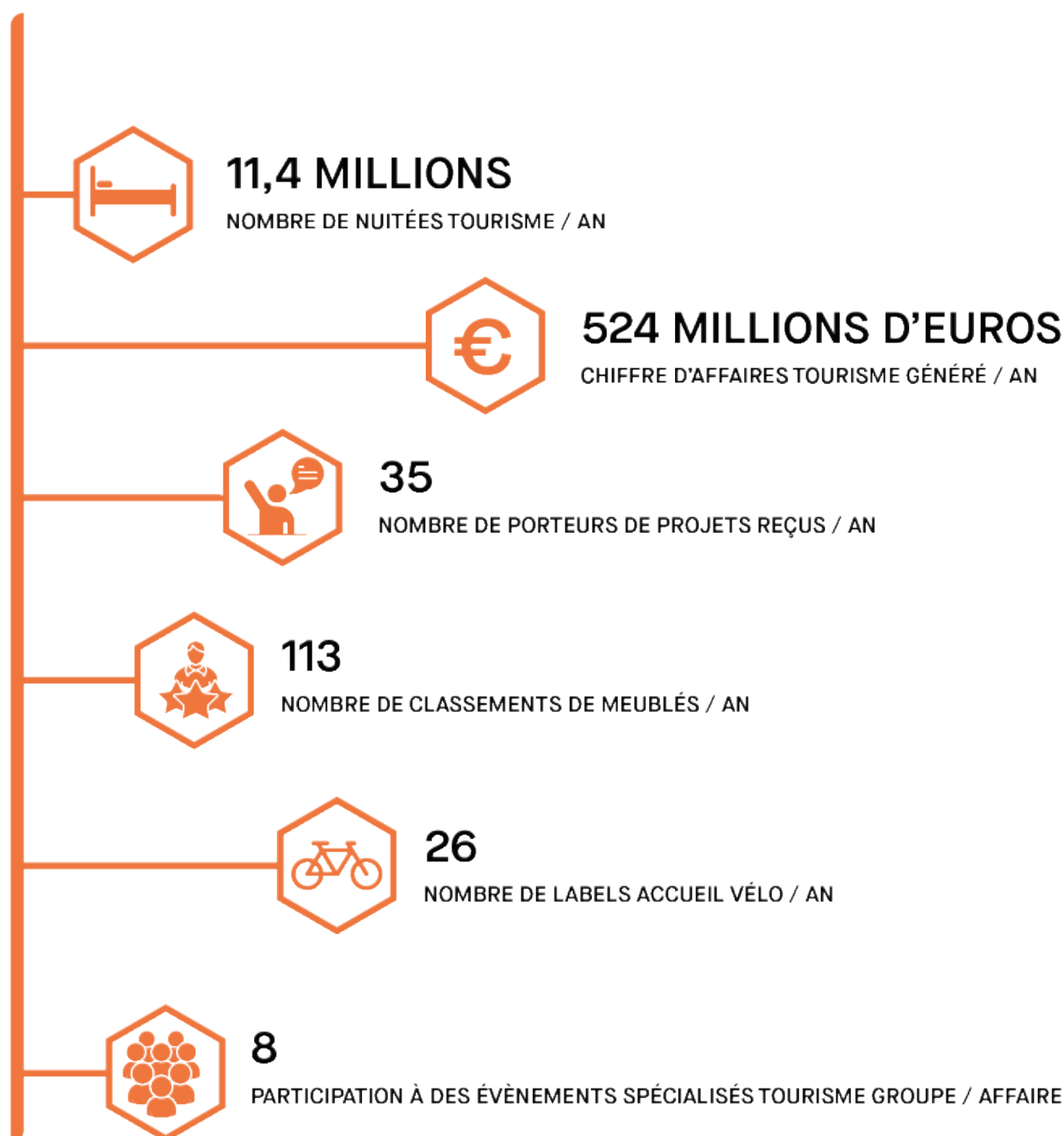




ORIENTATION

02

Qualifier et
promouvoir
l'offre
tourisme et
attractivité





Développement des activités de nature et d'itinérance douce

Chemins de Saint Jacques vers Compostelle

GR65 : l'ADAT a participé activement au côté de l'Agence Française des Chemins de Compostelle des autres territoires à la qualification de l'offre autour du GR 65 : comité de pilotages, comités techniques.

Conques-Toulouse : l'agence a piloté les travaux liés à la relance de l'itinéraire Conques-Toulouse vers Compostelle, en lien avec les 3 autres départements concernés, l'Agence Française des Chemins de Compostelle et le Comité Régional de Randonnée Pédestre. 2 Comités d'Itinéraires rassemblant l'ensemble des parties prenantes au projet ont ainsi été organisés les 14 avril et 12 juillet. Ils ont notamment permis de proposer différentes actions qui trouveront leur concrétisation dès les premiers mois de 2023 : convention de partenariat, création d'un document d'appel, d'un dossier de presse, conférence de presse de lancement, temps inaugural qui se déroulera en Aveyron ...



Le travail sur ces itinéraires s'accompagne par ailleurs d'un travail avec les offices de tourisme et l'Agence Française des Chemins de Compostelle sur le déploiement de la charte nationale «Accueil Chemins de Compostelle en France» à destination des hébergeurs (15 hébergeurs labélisés à ce jour en Aveyron).

Projet de création « Chemin des Moines »

Chemin de randonnée entre Bertholène et Aubrac : animation et suivi des réunions avec Aveyron Ingénierie et les services du Département



Vélo Route de la vallée du Lot (V86)

L'ADAT s'est fortement impliquée aux côtés des services du Département et de l'Entente de la Vallée du Lot pour la mise en tourisme de la Vélo Route Voie Verte de la Vallée du Lot.

La partie aveyronnaise de l'itinéraire a été officiellement inaugurée le 27 avril 2022 en présence du Président du Département, du Président de l'Agence, de l'Entente, des élus locaux mais aussi du Comité Départemental de Cyclotourisme représentée par des pratiquants locaux.

Le travail de qualification et de promotion de l'offre s'est par ailleurs poursuivi avec les offices de tourisme. Ce sont par exemple 26 prestataires (hébergeurs, restaurateurs, loueurs, offices de tourisme ...) qui ont reçu la qualification « Accueil Vélo » en 2022 sur les territoires de Terres d'Aveyron, Conques-Marcillac et Des Causses à l'Aubrac. Le déploiement sur le territoire de Decazeville Communauté débutera début d'année 2023. Une landing page dédiée à cet itinéraire a par ailleurs été créée sur Tourisme Aveyron



L'Agence a également pris part à l'ensemble des instances de pilotages de cet itinéraire, ainsi qu'aux réunions de l'étude Marketing de la Vallée du Lot à vélo/V86 réalisé par KIPK.

La GTMC

L'Agence a également pris part à l'ensemble des actions liées au développement de la Grande Traversée du Massif Central à VTT aux côtés des territoires concernés



Participation à des salons dédiés aux Activités de Pleine Nature

Festival du Vélo et des mobilités douces à Sébazac

Le 08 octobre 2002, à Sébazac



Roc d'Azur à Fréjus

Du 05 au 09 Octobre, 1er évènement VTT au monde
Mobilisation de différents partenaires : communauté de communes
Millau Grands Causses, l'OT Larzac-Vallées et le Roc Laissagais

Objectif

La participation à ces évènements, au-delà de donner de la visibilité à notre offre nous permet de rencontrer « en direct » les pratiquants et ainsi de mieux connaître leurs attentes.

La qualification du parc d'hébergements aveyronnais



Le travail de qualification du parc d'hébergements touristiques aveyronnais s'est poursuivi en 2022.



121 visites
de classements

=>



119 décisions de
classement favorables

Par ailleurs le travail de sensibilisation des prestataires s'est poursuivi notamment via des réunions d'information organisées en lien avec des offices de tourisme (le 03 février à Saint Rome de Tarn par exemple)

La commission d'attribution de la qualification Chambres d'Hôtes Référence a également été réunie à 2 reprises en 2022 les 29 mars et 21 juin . 16 Chambres d'hôtes supplémentaires ont ainsi obtenue la qualification



Projets

De plus, ce ne sont pas moins de 21 porteurs de projets privés ou publics qui ont été en contact, rencontrés et/ou accompagnés par l'équipe du pôle dans le cadre de projets de création, reprise, gestion ou modernisation d'hébergements touristiques : aires de camping-cars, gîtes , gîtes d'étapes, hébergements insolites.

Label Tourisme & Handicap

Enfin, le label Tourisme et Handicap a été renouvelé pour 3 prestataires ou acteurs touristiques :

- OT de Millau Grands Causses
- Restaurant Auberge de la cascade
- Meublé de tourisme « Les Conquettes »

Micropolis a sollicité un accompagnement de l'Agence pour aller vers l'obtention du label en 2023



Le tourisme de groupe et d'affaires

La structuration et la mise en valeur de l'offre touristique dédiée à la clientèle de groupe et d'affaires s'est également poursuivie en 2022. Plusieurs temps forts ont jalonné l'année et rythmé le travail de l'Agence :

- Workshop Destination Occitanie du 12 au 14 mars
- RDV France à Nantes du 22 au 23 mars
- IFTM TOP RESA Paris du 03 au 05 octobre en lien avec le Club des Sites et des 10 prestataires groupe aveyronnais
- Destination Incentive Occitanie à Montpellier , aux côtés de l'Office de Millau du 15 au 17 octobre

Projets

2 eductours ont également été accueillis en Aveyron parallèlement à Destination Occitanie et Destination Incentive Occitanie .

A noter une nouveauté cette année, la participation de l'ADAT aux rencontres de la Mécanic Vallée à Figeac le 04 octobre

De même, une Agence Tarn et Garonnaise a été accueillie en eductour le 24 novembre

Le Club groupe s'est réuni le 20 janvier 2022. Cette année a également été l'occasion de commencer à travailler sur la création d'un club « Destination Groupe » qui verra le jour en 2023.

Enfin , une 40aine d'accompagnements auprès de prestataires groupe ont été réalisés





Accompagnement des territoires touristiques

2 états des lieux touristiques ont été lancés fin 2022 (Plateau de Montbazens et Decazeville Communauté) et se poursuivront en 2023 avec pour objectif d'accompagner ces territoires à structurer leur offre en partant de constats partagés entre les élus et les socio-pros.

L'équipe a par ailleurs accompagné, en lien avec Aveyron Ingénierie et les services des collectivités dans la définition ou la mise en œuvre de leurs projets touristiques. C'est par exemple le cas du Jardin Botanique d'Aubrac, de la Maison de la Châtaigne d'Ayssènes ou bien encore d'un refuge pour randonneurs à Saint Symphorien de Thénières

L'agence participe par ailleurs activement chaque année au concours départemental des villages fleuris : participation à la visite de 20 communes, au jury, à la remise des prix en 2022





Animation de collectifs d'acteurs

Le club Gîtes Exception Aveyron

il s'est réuni à 2 reprises pour mettre en œuvre différentes actions de promotion : diffusion ciblée de contenus vidéos créés en 2021, création d'un flyer commun...

Le Club des Petites Cités de Caractère

a été créé en 2022 et regroupe donc les 5 communes aveyronnaises labélisées : Combret, Villecomtal, Peyreleau, Saint Geniez et Sévérac le Château.

Les premières actions ont été lancées dès cette première année : création d'une landing page dédiée sur Tourisme Aveyron, travail autour de la constitution d'un circuit entre les communes orienté court séjour sur le thème du tourisme durable l'obtention du label en 2023.



Le club des Plus Beaux Villages de France de l'Aveyron

la collaboration de l'Agence et des 10 communes labélisées s'est poursuivie en 2020. Le collectif s'est réuni à 5 reprises autour de différents temps forts : remise des prix du concours 2021, lancement du concours instagram 2022, inauguration des panneaux totems à Peyre en présence du Président du Département, de l'ADAT, des sénateurs et des 10 maires, accueil d'un influenceur pour valoriser le circuit des Plus Beaux Villages à Vélo, création de courtes vidéos destinées à valoriser les villages sur TikTok en 2023.



Animation de collectifs d'acteurs

Le club des offices

le travail avec les 18 offices du département s'est poursuivi en 2022 sur différents chantiers : participation conjointe à des salons, réunions thématiques (par rapport au sujet de l'offre « pêche » par exemple), poursuite d'une formation sur les réseaux sociaux, création d'un fonds de promotion mutualisé entre offices

Le Club des sites

l'animation du club des sites et de ses plus de 40 membres s'est poursuivie en 2022 : organisation de la bourse aux dépliants au mois de mars, participation , aux côtés de l'ADAT à l'espace tourisme à l'occasion du salon du Fabriqué en Aveyron en septembre. Une formation a également proposé aux membres. Elle a permis à 17 sites de se former aux différentes solutions de commercialisation en ligne.





ATTRACTIVITÉ

Le lien avec les territoires

La création de l'ADAT a été l'occasion de rencontrer l'ensemble des communautés de communes du département. Un véritable réseau d'élus et de techniciens engagés dans le défi de l'attractivité aveyronnaise a commencé à voir le jour. Il devra ensuite permettre de démultiplier la portée des actions que nous pourrons conduire ensemble

Le projet de création d'une base de données collective sur les facilités d'installation en Aveyron pour ensuite valoriser cette offre territoriale a ainsi été imaginé à cette occasion. Il s'agit du projet « VIA »

Elle devra à termes permettre de :

- Faciliter l'accès aux informations clés d'attractivité pour de potentiels nouveaux arrivants ou acteurs économiques
- Améliorer la visibilité de l'offre territoriale aveyronnaise
- Accompagner les communautés de communes dans la construction de leur offre territoriale

6 réunions internes à l'équipe de l'Agence ont ainsi permis de définir les piliers et thématique à construire pour cette base.

Les premières rencontres techniques avec les communautés de communes ont ensuite pu avoir lieu sur ces bases

L'Agence s'est également impliquée activement aux côtés de la communauté de communes du Pays Rignacois pour l'organisation de l'opération « Mon bourg Centre a un incroyable commerce ». Il s'agissait d'un Marathon créatif de 3 demi-journées pour faciliter la rencontre entre les différents acteurs du territoire et des porteurs de projet et participer ainsi à la dynamisation du centre-ville : rencontre et accompagnement des porteurs de projets, campagne de promotion par l'ADAT sur les réseaux sociaux pour recruter des candidats. L'équipe a par ailleurs accompagné des collectivités dans la définition de leurs projets : Cransac pour la création d'une halle couverte, Najac sur le devenir de l'ancien VVF de Mergieux



ATTRACTIVITÉ



Le club des 1/3 lieux

Cette mission a pris de l'ampleur en 2022.

Elle a permis la structuration d'un réseau de 1/3 lieux à vocation « économique » sur la base d'un cahier des charges défini par l'ADAT.

Ce club s'est réuni à 2 reprises afin de définir et mettre en œuvre plusieurs actions communes coordonnées et animées par l'ADAT : création d'une page internet dédiée au club afin de valoriser leur offre, actions de communication, animation collective destinée aux usagers afin de maximiser les flux. 2022 a également permis de lancer une campagne photo destinée à constituer une banque d'images utilisables pour communiquer.

Enfin, le club a participé à l'opération « slow dating » organisée à Bercy à l'occasion des Marchés de l'Aveyron afin de mettre en avant la possibilité pour des télétravailleurs ou des indépendants de venir vivre et travailler par cet intermédiaire en Aveyron.

Enfin, l'équipe accompagne plusieurs projets: coworking de Saint Geniez « Le Corum », Coworking du Château de Latour, 1/3 lieu de Mergieux à Najac.



Les matinales Initiative Aveyron

L'ADAT participe à l'organisation de ces matinales aux côtés de la CCI, pour renforcer l'accompagnement des néo-entrepreneurs par du suivi, du parrainage et l'animation de temps d'échanges pour permettre aux chefs d'entreprise de s'informer, sortir de leur quotidien, se créer du réseau et éviter l'isolement. Le 24/11, c'est la communauté de communes Causses à l'Aubrac qui a accueilli le dispositif.

EN AVEYRON NOUS PRENONS SOIN DES MEDE

ACCUEIL
MEDECINS
AVEYRON

aveyronrecrute.



ORIENTATION

03

Développer l'attractivité médicale, paramédicale et vétérinaire

ÉTUDIANTS VÉTÉRINAIRES
EN WEEK END DÉCOUVERTE SUR L'AUBRAC



PROJETS D'INSTALLATIONS



INTERNES AU WAA 2022



VISITEURS SUR LE SITE
« ACCUEIL MÉDECINS AVEYRON »



PARTICIPANTS AUX
SÉANCES DE COACHING



L'Attractivité Médicale

En 2022 l'Agence:

- o a accompagné 10 projets d'installation
- o participé à 12 réunions de la Cellule Accueil Installation
- o enregistré une 40aine de contacts autour de projets d'installation de professionnels de santé

Au-delà de ces accompagnements « personnalisés », l'ADAT a poursuivi et amplifié les différentes actions visant à créer de l'attachement au territoire pour les internes et jeunes médecins comme depuis le lancement du programme en 2011 :

- o 4 soirées d'accueil des internes , 2 à Millau et 2 à Rodez ont permis de rencontrer et d'échanger avec 80 internes en stage sur le département
- o un programme de coaching sportif permet aux 51 internes et remplaçants de se retrouver pour pratiquer des activités de pleine nature pour décompresser mais surtout créer du réseau
- o la formation à la prise en charge de l'urgence en médecine générale s'est poursuivie en lien avec le SDIS autour de la formation de médecin-pompier avec 2 formats proposés allant de l'initiation (5 jours par semestre) suivie par 32 internes à l'immersion (1 journée /semaine durant tout le semestre) qui a bénéficié à 3 internes . un programme complémentaire autour de la médecine d'urgence en lien avec le CESU a été préparé et sera lancé en 2023
- o La 6ème édition du Week-end Adrénaline Aveyron a été organisé permettant de faire découvrir notre département « grandeur nature » à des internes . Ce sont ainsi 180 internes venus de 12 facultés de médecine, représentant 28 spécialités qui se sont retrouvés en sud Aveyron les 17 et 18 septembre . A l'issue du week-end plusieurs avaient d'ores et déjà manifesté leur volonté de venir dans notre département
- o L'Agence participe également à divers salons et événements professionnels pour promouvoir notre département auprès des étudiants en médecine :

Participation à 2 congrès nationaux (ISNAR, CMGF) : 150 contacts qualifiés

Participation à 2 forums liés à l'installation : 50 contacts qualifiés

Participation aux journées de choix des stages des facultés de Toulouse et Montpellier qui ont permis de rencontrer 200 internes





L'Attractivité Médicale

La cellule Accueil Médecins de l'Agence est également engagée aux côtés des territoires et des acteurs du milieu médical :

- Participation à la création du Comité Local de Santé de Millau
 - Participation au Conseil National de la Refondation
 - Membre du Comité de pilotage Numérique en santé
 - Membre du Comité de validation des équipes de santé coordonnée
 - Chef de projet création Campus Santé
 - Interventions auprès de plusieurs associations, syndicats et structures (par exemple congrès Fédération Hospitalière de France à Rodez)
 - Accompagnement de 7 territoires sur les questions de santé
- Enfin la cellule favorise la mise en avant des offres de remplacements et d'installation sur les territoires : 25 offres de remplacements et 72 d'installation en ligne



Des actions ont également été lancées en 2022 en direction de nouvelles professions médicales et/ou paramédicales .

Ainsi plusieurs séances de travail ont été organisées avec les représentants(e)s des sage-femmes et des pharmaciens. Ces premiers contacts pourraient trouver leur concrétisation dès 2023.



L'Attractivité Vétérinaire

Plusieurs démarches ont été engagées et/ou poursuivies pour favoriser la venue de jeunes vétérinaires ou élèves vétérinaires en Aveyron

- Constitution et animation d'un collectif réunissant professionnels et institutionnels engagés sur le sujet : Vétérinaires, Ordre des Vétérinaires, GTV12 et Occitanie, Chambre d'Agriculture, FODSA, DDETSPP 12.
- Création, développement de liens avec les écoles vétérinaires françaises, mais aussi étrangères.
- Renforcement de la connaissance des problématiques de la profession
- Création de contenus de communication : photos, vidéos, témoignages ...
- Organisation d'un « week-end séduction » à Argences en Aubrac à l'occasion de la DAVALADA qui a permis de réunir 20 étudiants de l'école de Toulouse pour leur « Donner envie d'Aveyron » les 08 et 09 octobre
- Dîner d'accueil des nouveaux salariés vétérinaires





ORIENTATION

PROSPECTER LES TALENTS, FACILITER LES RECRUTEMENTS, ACCUEILLIR LES NOUVEAUX ARRIVANTS

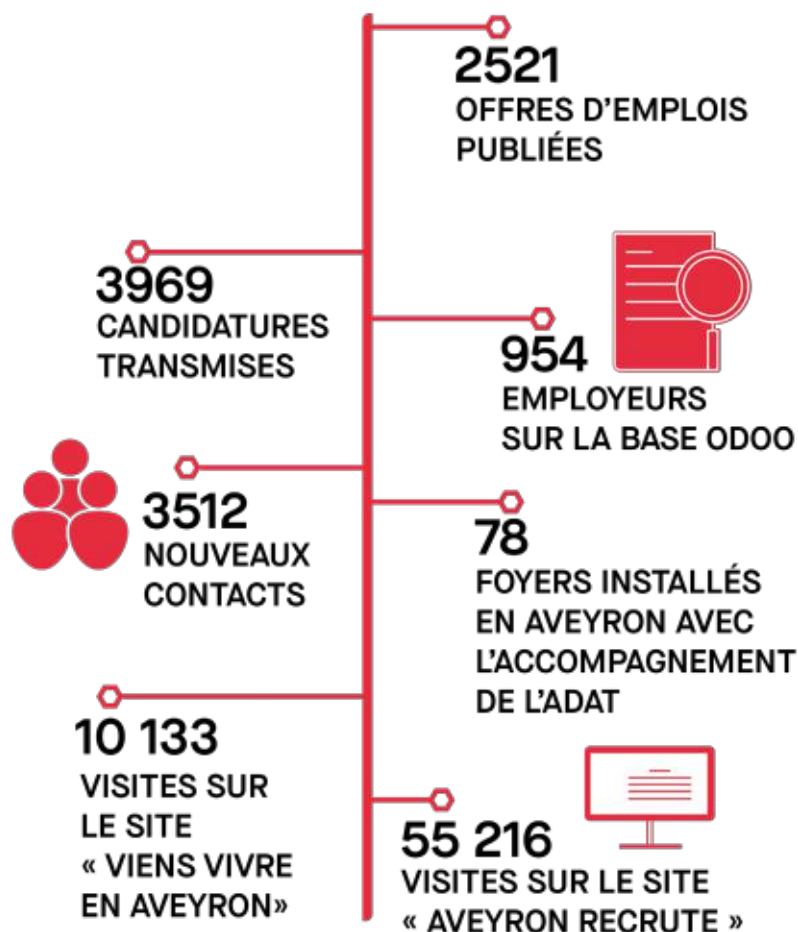
04

A partir du début de l'année 2022, l'Agence Départementale d'Attractivité et du Tourisme a intégré les actions de facilitation des recrutements et d'accueil de nouveaux arrivants, en reprenant à son compte la plateforme de « l'Aveyron recrute ».

Dans le droit fil de l'axe 9 du projet de mandature « l'Aveyron se bouge », ces actions visent à révéler l'Aveyron à des publics choisis, à la recherche d'un lieu identitaire et innovant, offrant des perspectives de renouvellement personnel et professionnel.

L'enjeu consiste donc à faire venir et à ancrer de nouveaux talents en ayant la capacité d'offrir un logement, des services, des activités de loisirs et du lien social : une offre de vie complète. Cette offre globale est à structurer et à valoriser en lien étroit avec les intercommunalités.

Dans la continuité du travail réalisé depuis 2016 au travers de la plateforme de « l'Aveyron recrute », l'agence a pour rôle de contribuer à la facilitation des recrutements en connectant les candidats à l'emploi (nouveaux arrivants mais aussi aveyronnais) au marché de l'emploi et à l'activité économique de l'Aveyron. En animant un réseau d'employeurs et de partenaires, l'Agence renseigne sur les opportunités professionnelles à saisir.





PROSPECTION DE TALENTS, DE CANDIDATS AU PROJET DE VIE

Le territoire peut proposer de nombreuses opportunités pour des personnes intéressées par un changement de vie. L'ADAT travaille à positionner l'Aveyron comme un lieu où l'on peut vivre et travailler. Elle identifie dans ce cadre des bassins géographiques et secteurs sur lesquels des opérations de prospection peuvent être menées.

L'agence entretient des liens avec une base de prospects auxquels elle propose des opportunités susceptibles de déclencher le projet de vie en Aveyron.

Elle promeut dans ce cadre la plateforme « viens vivre en Aveyron ».

LANCEMENT DE LA PLATEFORME « VIENS VIVRE EN AVEYRON » (JUN 2022)

La plateforme de « l'Aveyron recrute » ayant été repositionnée comme une plateforme de l'emploi s'adressant à différents types de candidats (aveyronnais et extérieurs), il est apparu nécessaire de se doter d'une plateforme dédiée aux contenus spécifiques d'attractivité.

Ces contenus, autres que l'opportunité professionnelle, constituent des informations de plus en plus importantes dans l'analyse d'un territoire par les candidats au changement de vie.

C'est pour mieux répondre à ces enjeux que l'ADAT a décidé, dès le mois de juin 2022, de se doter d'une nouvelle plateforme attractivité « viens vivre en Aveyron ».

Le site « viens vivre en Aveyron » a reçu 10 133 visites en 2022.



Et si vous preniez le temps de vivre et de profiter des choses simples de la vie ?
On ne peut que vous y encourager !

pourquoi ne pas venir vivre et travailler en Aveyron ?



PROSPECTION DE TALENTS, DE CANDIDATS AU PROJET DE VIE

COMMUNICATION AUPRES DES TOURISTES SUR LA PERIODE ESTIVALE

Dès le lancement de la plateforme « viens vivre en Aveyron », des supports ont été travaillé pour interpeler les touristes de

passage en Aveyron durant l'été.

Des totems, des supports et des flyers ont été mis en place pour porter un message « Et si vous prolongiez vos vacances ? » sur les aires de l'A75, à l'aéroport de Rodez et dans les offices de tourisme.

SLOWDATING « VOTRE NOUVELLE VIE EN AVEYRON » - PARIS LE 8 OCTOBRE

La plateforme « viens vivre en Aveyron » a également constitué le socle à la création d'un événement d'attractivité à forte notoriété, le « Slowdating, votre nouvelle vie en Aveyron » organisé le 8 octobre à Paris en marge du Maché des Pays de l'Aveyron.

L'organisation de cette opération transversale a mobilisé les services de l'Agence pendant plus de 3 mois afin de communiquer et préparer l'événement, en mobilisant de nombreux partenaires.

La communication par différents canaux a débuté dès l'été, avec :

- o Le lancement de communiqués de presse
- o La communication auprès de 24 364 demandeurs d'emplois franciliens via une newsletter de Pôle Emploi
- o Des mailings transmis sur les bases de contacts prospects issus de « l'Aveyron recrute »
- o Un partenariat spécifique conclu avec la « Paris, je te quitte »

Incluant des contenus éditoriaux « Aveyron » sur le site et réseaux sociaux, une campagne de communication digitale durant le mois précédant l'événement, des mises en avant sur leur base de 14 000 contacts

Des actions liées à ce partenariat qui perdurent sur l'année 2023 (mise en ligne des contenus, actions mailing et réseaux sociaux)





PROSPECTION DE TALENTS, DE CANDIDATS AU PROJET DE VIE

SLOWDATING « VOTRE NOUVELLE VIE EN AVEYRON » - PARIS LE 8 OCTOBRE

- Des publications sur les réseaux sociaux « viens vivre en Aveyron », « l'Aveyron recrute » et ADAT
- Une campagne Google Ads sur le compte de « viens vivre en Aveyron »
- Une communication spécifique sur les cibles médicales

Avec l'envoi d'un emailing sur la base « What's up doc » de 11 000 abonnés en région parisienne et une campagne d'annonces pub sur les réseaux sociaux

- L'implication de la diaspora avec envoi d'une lettre d'info via la Fédération Aveyronnais d'ici et d'ailleurs et une insertion dans LE ZINE
- La mobilisation des exposants du marché (dotation de fanions)
- La fourniture d'un kit communication téléchargeable à tous les partenaires impliqués sur l'opération

De nombreux partenaires ont été mobilisés par l'Agence dans le cadre de cette opération pour être présents le 8 octobre :

- 12 communautés de communes présentant leurs offres territoriales,
- 29 employeurs valorisant les opportunités à pourvoir,
- Les 3 chambres consulaires dans un espace « création et reprise d'activités »
- Pôle Emploi
- La FNAIM sur un espace « logement / habitat »
- Le collectif des tiers-lieux
- 2 couples de témoins ex-parisiens

2 ateliers ont été organisés durant l'événement sur les thématiques suivantes :

- La force de l'économie aveyronnaise. Quelles opportunités professionnelles pour vous ?
- Logement, aide à la mobilité, accompagnement. Ville ou village, comment m'installer en Aveyron ?





PROSPECTION DE TALENTS, DE CANDIDATS AU PROJET DE VIE

SLOWDATING « VOTRE NOUVELLE VIE EN AVEYRON » - PARIS LE 8 OCTOBRE

La campagne de communication a permis de générer 870 inscriptions à l'événement. La fréquentation enregistrée le 8 octobre a été d'environ de 200 candidats à la mobilité.

Les actions de relations presse ont permis de mobiliser plus de 800 contacts journalistes.

Tous les candidats inscrits à l'événement (qui sont venus ou non le jour J) ont fait l'objet de relances par mailing. Des approches personnalisées ont été menées, par l'ADAT en lien avec les territoires, auprès des 54 prospects considérés comme étant les plus motivés.

Plusieurs enquêtes de satisfaction ont été conduites auprès des candidats, des employeurs et partenaires, des territoires venus lors de l'événement.

Un bilan de l'opération a ainsi été dressé par l'ADAT et présenté à l'ensemble des partenaires le 10 novembre. Cette réunion a réuni une cinquantaine de participants.

Farmdating Stand Aveyron - Salon de l'Agriculture



Dans le cadre du stand Aveyron au Salon de l'Agriculture, une expérimentation a été conduite avec Pôle Emploi pour convier des demandeurs d'emploi de région parisienne à des rencontres sur l'emploi agricole ou la reprise d'exploitation.



ACCUEIL DE NOUVEAUX ARRIVANTS

L'Aveyron bénéficie depuis plus de 20 ans d'un solde migratoire positif. De nombreuses personnes s'installent donc en Aveyron. L'objectif de l'ADAT est de les repérer en lien avec ses partenaires (entreprises, territoires,...) afin de leur proposer une aide à l'installation, de les ancrer sur le territoire, de leur

proposer des animations.

L'ADAT travaille à l'organisation de réunions et moments conviviaux avec ces nouveaux arrivants. 2 opérations, ayant réuni 130 nouveaux arrivants, se sont tenues en 2022.

78 foyers de nouveaux arrivants auront été accompagnés en 2022 dans leur installation en Aveyron.

ACCUEIL D'AGENTS DE LA DIRECTION DES FINANCES PUBLIQUES

L'ADAT a été sollicitée par la Direction des Finances Publiques de l'Aveyron pour intervenir lors de session d'accueil de collaborateurs nouvellement arrivés en Aveyron.

Cette intervention qui s'est tenue le 1er septembre a permis aux équipes de l'ADAT de présenter l'Aveyron et l'offre d'accompagnement « viens vivre en Aveyron » auprès de 60 agents.

RECEPTION A L'OCCASION DU SALON « FABRIQUÉ EN AVEYRON »

Lors de l'inauguration du Salon « Fabriqué en Aveyron », l'ADAT a convié de nouveaux arrivants pour une réception, durant laquelle leur ont été remis des « kits de bienvenue ». Ils ont également bénéficié d'entrées gratuites pour le salon.





RÉPONDRE AUX ENJEUX DE RECRUTEMENT DES ENTREPRISES

Avec un taux de chômage particulièrement bas, de nombreuses opportunités professionnelles sont à pourvoir chez les employeurs aveyronnais, qui peinent à recruter.

L'ADAT développe avec eux un lien privilégié afin de bien connaître leurs besoins et de les orienter vers les services de la plateforme de « l'Aveyron Recrute »

Elle aide les employeurs à se valoriser auprès de candidats, notamment ceux de l'extérieur. Elle imagine et propose des services innovants aux employeurs.

FONCTIONNEMENT DE LA PLATEFORME DE L'AVEYRON RECRUTE

954 employeurs aveyronnais disposent d'un compte sur la plateforme à fin 2022.

Durant l'année 2022 :

- o 2 521 offres d'emplois ont été publiées
- o 3 969 candidatures ont été transmises

Le site de « l'Aveyron recrute » a reçu 55 216 visites en 2022.

EVENEMENTS LOCAUX DE L'EMPLOI

L'ADAT s'implique aux côtés de la Direction Emploi et Insertion du Département et des membres du SPIE dans l'organisation d'événements locaux de l'emploi.

En 2022, ce sont 15 événements qui ont été organisés en Aveyron avec l'implication des équipes de l'ADAT (Forum UMIH à Rodez, Jobdating à Sévérac d'Aveyron, Provinlait à Réquista, Rencontres de la Mécanic Vallée, Forum « l'Emploi près de chez soi » à St Rome de Tarn,...).





RÉPONDRE AUX ENJEUX DE RECRUTEMENT DES ENTREPRISES

EXPERIMENTATION « KIT EMPLOYEUR »

L'ADAT a lancé en 2022 une expérimentation avec LACTALIS AOP & TERROIRS à la suite de l'expression par l'entreprise de forts besoins de recrutements jusqu'en 2025.

Ce concept, consistant à promouvoir l'entreprise et ses opportunités vers des publics extérieurs, sera finalisé en 2023 et proposé à d'autres employeurs présentant des plans d'embauche ambitieux.

DÉTECTION DE PROJETS D'ENTREPRENEURS

Dans le cadre de ses opérations d'attractivité à forte notoriété, l'ADAT repère des porteurs de projet entrepreneurs. Elle leur donne des premières informations sur le territoire et les oriente vers ses partenaires (consulaires, territoires,...)





ous partageons l'Aveyron



COMITÉ
FABRIQUÉ EN
AVEYRON

AVEYRON

CC AVEYRON

AGRICULTURES
ET TERROIRS

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

AVN

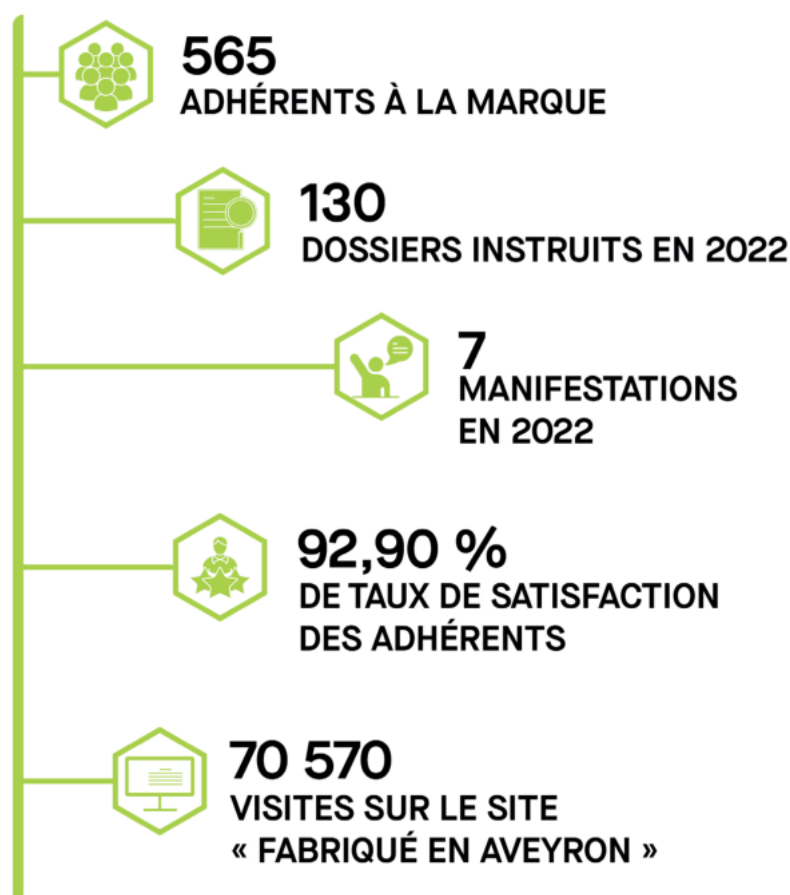
Valoriser la marque Fabriqué en Aveyron et l'exporter

La gestion de la marque « Fabriqué en Aveyron » a été transférée à l'Agence Départementale d'Attractivité et du Tourisme en mars 2022.

Cette marque, créée en 2010 à l'initiative du Département, a franchi un cap avec plus de 500 entreprises aveyronnaises bénéficiant d'un agrément.

Les axes de travail sont clairement identifiés :

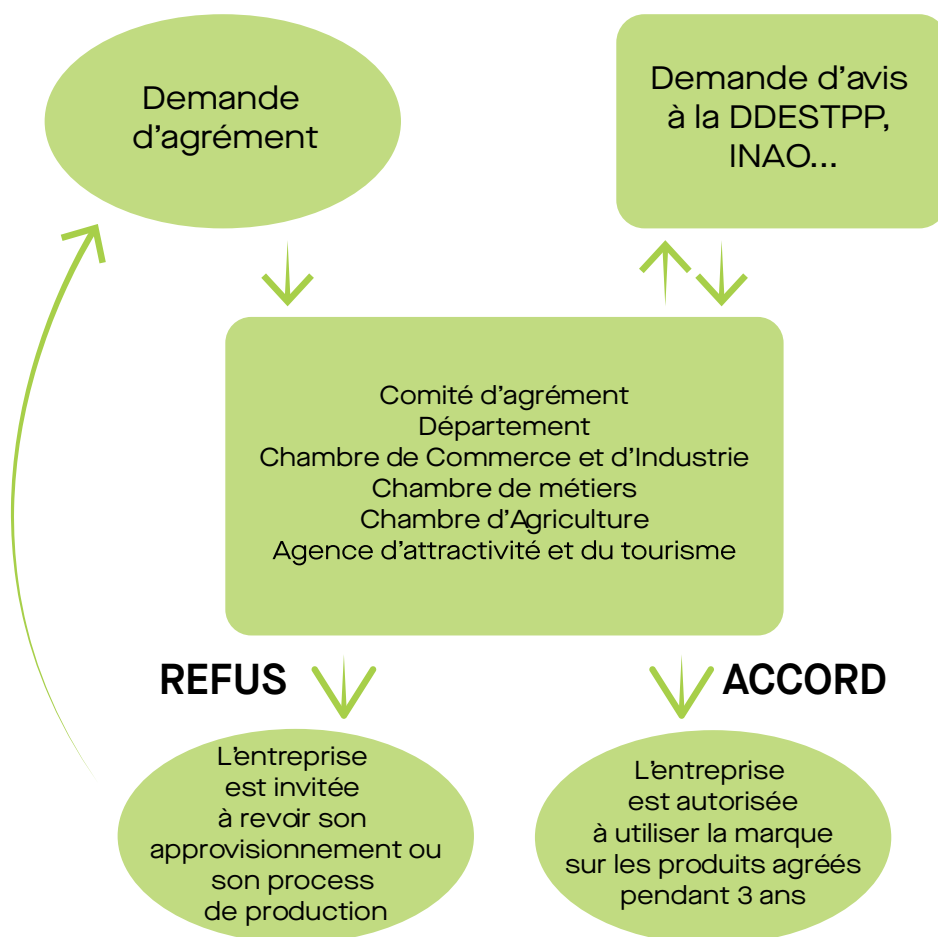
- La gestion des agréments en encadrant les droits d'usage et en intégrant des critères de développement durable ;
- L'animation de la marque en Aveyron pour fidéliser les consommateurs aveyronnais ;
- L'animation de la marque hors du territoire pour en faire un véritable levier de développement de la notoriété de l'Aveyron.





Gestion des agréments Fabriqué en Aveyron

L'Agence pilote et anime la marque « Fabrique en Aveyron », propriété du Département. Elle enregistre les demandes d'agréments, travaille avec les entreprises sur le remplissage des dossiers et les soumet au comité d'agrément. L'ADAT organise les réunions du Comité d'Agrément tous les 2 mois. Elle fait évoluer la charte et le formulaire de demande si besoin.



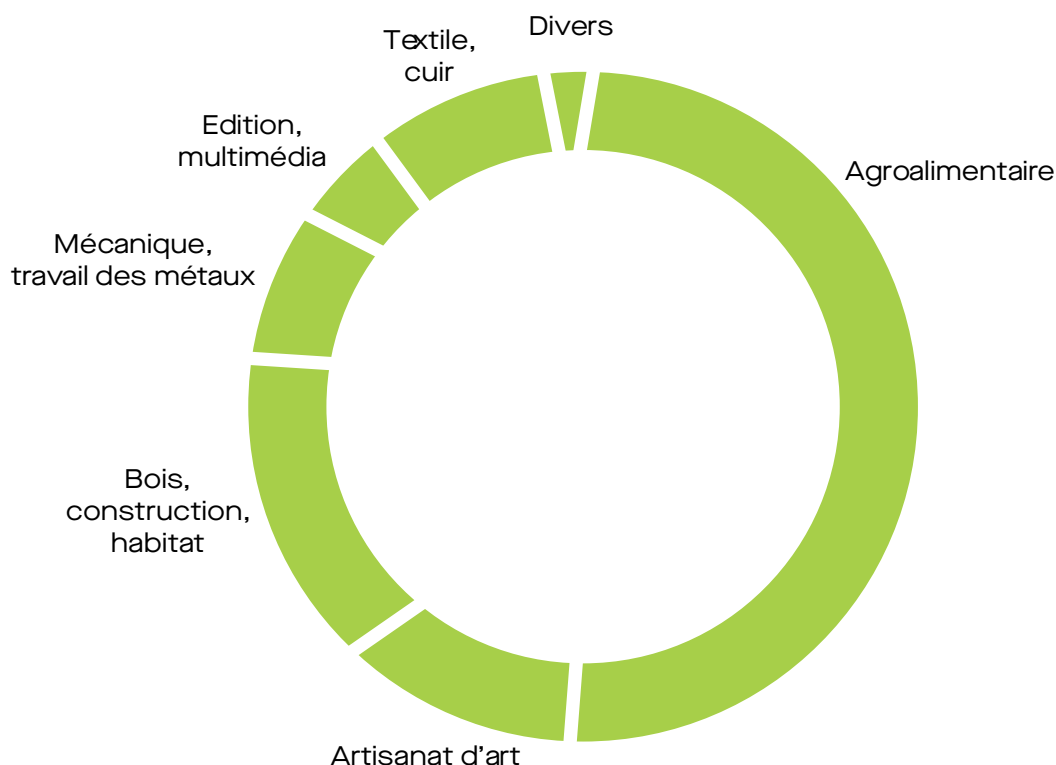
En 2022, le Comité d'Agrément de la marque s'est réuni à 5 reprises et a analysé 130 dossiers. Au 31 décembre 2022, soit en près de 13 ans de fonctionnement, ce sont :

-   565 entreprises bénéficiaires (tous secteurs d'activités confondus)
-   Plus de 4 000 produits agr es



Gestion des agréments Fabriqué en Aveyron

En 2022, des réflexions ont été engagées pour positionner la marque dans une perspective de développement durable et de protection de l'environnement ( volution du formulaire de demande d'agrément et intégration dans les critères d'appréciation pour l'octroi de l'agrément). Ces réflexions se traduiront par des mises en place concrètes en 2023.



  la suite d'échanges avec la DDETSPP, une déclinaison graphique de la marque a été créée pour mieux encadrer les usages en dehors du marquage produit avec la formule : « Choisissez les produits marqués Fabriqué en Aveyron ».



ANIMATION DE LA MARQUE EN AVEYRON

La marque « Fabriqué en Aveyron » a besoin d'être forte sur ses bases aveyronnaises. Les consommateurs aveyronnais sont les premiers ambassadeurs de cette marque, qui a

également besoin d'être vue et reconnue par les acteurs économiques de l'Aveyron. Le Salon du « Fabriqué en Aveyron » s'inscrit totalement dans cette logique de positionnement de la marque auprès des aveyronnais.

LE SALON DU « FABRIQUE EN AVEYRON »

Organisé par l'ADAT, le 4ème salon de la marque « Fabriqué en Aveyron » s'est tenu les 23, 24 et 25 septembre 2022 dans la salle de l'Athyrion d'Onet-le-Château.

L'événement a permis :

- o De réunir 70 exposants et partenaires
- o D'attirer 4 500 visiteurs durant les 2,5 jours

De nombreuses animations ont été mises en place :

- o Conférence EDF pour les 10 ans de l'Agence « Une Rivière, un territoire »
- o Accueil de scolaires (250 élèves des classes élémentaires de la commune d'Onet-le-Château)
- o Animation culinaire avec Sébastien Gaches et le Black flambadou
- o Podium jeu « l'instant gagnant » permettant de faire gagner bons d'achat et entrées gratuites

L'événement a permis de valoriser différentes missions de l'ADAT avec :

- o Organisation d'une réception de nouveaux arrivants et remise d'un kit de bienvenue ;
- o Information touristique et présence du Club des sites sur l'espace accueil du salon ;
- o Valorisation des offres d'emploi des entreprises adhérentes du Fabriqué en Aveyron sur le site de « l'Aveyron Recrute ».

Une enquête de satisfaction a été menée à l'issue du Salon auprès de tous les exposants qui a permis de récolter 53 réponses. Près de 80% des répondants se déclaraient satisfaits de l'opération et 98% jugeaient opportun de reconduire une édition en 2023.






ANIMATION DE LA MARQUE EN AVEYRON

LE SALON DU « FABRIQUE EN AVEYRON »

De nombreuses animations ont été mises en place :

- 
- Conférence EDF pour les 10 ans de l'Agence « Une Rivière, un territoire »
 - Accueil de scolaires (250 élèves des classes élémentaires de la commune d'Onet-le-Château)
 - Animation culinaire avec Sébastien Gaches et le Black flambadou
- Podium jeu « l'instant gagnant » permettant de faire gagner bons d'achat et entrées gratuites
- L'événement a permis de valoriser différentes missions de l'ADAT avec :
- Organisation d'une réception de nouveaux arrivants et remise d'un kit de bienvenue ;
 - Information touristique et présence du Club des sites sur l'espace accueil du salon ;
 - Valorisation des offres d'emploi des entreprises adhérentes du Fabriqué en Aveyron sur le site de « l'Aveyron Recrute ».
- Une enquête de satisfaction a été menée à l'issue du Salon auprès de tous les exposants qui a permis de récolter 53 réponses. Près de 80% des répondants se déclaraient satisfaits de l'opération et 98% jugeaient opportun de reconduire une édition en 2023.

PROVINLAIT - REQUISTA

Les 2 et 3 juin, s'est tenu à Réquista PROVINLAIT, le 1er Salon de la brebis laitière. La marque « Fabriqué en Aveyron » a été sollicitée pour mettre en place des vitrines promotionnelles de produits issus de l'artisanat local et en lien avec la culture de la filière aveyronnaise.

Les produits de 14 entreprises de la marque ont ainsi été mis en valeur, illustrant des savoir-faire variés (travail de la laine, maroquinerie, coutellerie,...).

CAMPAGNE DE COMMUNICATION « FÊTES DE FIN D'ANNEE »

A l'occasion des fêtes de fin d'années, une campagne promotionnelle a été, spécifiquement mis en place sur la marque « Fabriqué en Aveyron », via des spots publicitaires sur Radio Totem et des posts sur les réseaux sociaux de la marque. Cette campagne valorisait des idées cadeaux.

Cette année misez sur
un Noël
fabriqué en **Aveyron**



ANIMATION DE LA MARQUE HORS AVEYRON

La marque « Fabriqué en Aveyron » est un véritable levier de développement de la notoriété de l'Aveyron via ses entreprises, ses savoir-faire et ses produits. L'ADAT accompagne ce développement hors Aveyron en proposant des événements extérieurs aux adhérents, en accompagnant leurs initiatives hors Aveyron, en les dotant d'outils.

FOOD TOUR « FABRIQUÉ EN AVEYRON »

Des actions de notoriété de la marque Fabriqué en Aveyron, de l'Aveyron et de ses produits ont été conduites sur des marchés de plein vent de l'Hérault, du Gard et de l'Aude en août et septembre.

Avec un podium habillé aux couleurs de la marque des animations et des dégustations ont ainsi été proposées en présence d'un chef.

Au-delà de la réception positive de cette présence et de l'attrait marqué pour les dégustations, une documentation touristique et une information sur l'accueil de nouveaux arrivants ont été diffusées à cette occasion, soit environ 1000 contacts sur les 5 dates :

- o 26 août : Gruissan
- o 7 septembre : Sète
- o 9 septembre : Le Grau-du-Roi
- o 10 septembre : Castelnau-le-Lez
- o 11 septembre : La Grande-Motte





ANIMATION DE LA MARQUE HORS AVEYRON

SALON « MADE IN FRANCE » - PARIS

Comme en 2021, la marque Fabriqué en Aveyron était présente au Salon Made in France du 10 au 13 novembre 2022 à Paris – Porte de Versailles, au sein du pavillon Occitanie.

Afin améliorer sa notoriété hors Aveyron et pour répondre à l'attente exprimée par les adhérents, la marque s'est exposée aux quelques 100 000 visiteurs de cette 10 me édition, aux côtés de 7 entreprises.

4 entreprises étaient présentes sur le pavillon Occitanie et 3 autres réparties sur d'autres zones thématiques du salon.

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE 2022

Dans le cadre du stand Aveyron du Salon, une animation « jeu concours » a été mise en place autour des produits « Fabriqué en Aveyron » et de la présence d'entreprises de la marque lors de cet  v nement. zones thématiques du salon.





OUTILS DE PROMOTION DE LA MARQUE

L'ADAT gère et anime différents outils / supports de promotion de la marque :

- o Le site internet, qui est à la fois un outil de promotion et d'administration pour la marque : 70 570 visites sur le site en 2022
- o La page Facebook : près de 14 000 abonnés à fin 2022
- o Un compte Instagram (lancé en avril 2022) : avec plus de 800 abonnés fin 2022

Par ailleurs, l'ADAT a lancé une enquête de satisfaction auprès de tous les adhérents de la marque afin de mesurer leur degré de satisfaction et de les interroger sur leurs attentes. Cette enquête, qui a reçu près de 200 réponses, a permis de mesurer un taux de satisfaction de 92,90%.







ORIENTATION

ATTIRER LES JEUNES DIPLÔMÉS ET FIDÉLISER LES ÉTUDIANTS

06



**Viens
ÉTUDIER en
AVEYRON** 

Attirer, fédérer & fidéliser

Une nouvelle mission visant à attirer les jeunes diplômés et fidéliser les étudiants a été mise en place en 2022.

Elle se décline autour d'un triptyque interdépendant : attirer, fédérer et fidéliser.

Ces trois axes se développent via deux types d'actions : de l'influence (promotion) et de l'animation (ingénierie).

AXE 1 : ATTIRER

- Promouvoir une Destination Aveyron pour les études supérieures : valoriser les atouts du Département pour réaliser ses études (formations, cadre de vie, professionnalisation, vie étudiante ...).
- Communiquer avec impact, de façon multicanale, en cohérence, auprès des cibles (16-26 ans) à l'échelle régionale voire nationale: présence sur les salons de l'enseignement supérieur, organisation d'événements promotionnels, développement d'outils de communication digitaux (site internet, réseaux sociaux ...) ...
- Développer un service d'accompagnement à l'installation et à la découverte du territoire.



AXE 2 : FÉDÉRER

- Développer, en lien avec les parties prenantes locales, des événements à destination des étudiants pour créer du lien et faire naître un sentiment d'appartenance territorial fort.
- Soutenir les actions locales pour le développement de projets à destination des étudiants.
- Créer un service d'aide et d'accompagnement pour les étudiants aveyronnais via un service applicatif, en lien avec le Département (actualités étudiantes, événements, recherches de stages/alternances/ jobs saisonniers, santé, sport, activités ...).

AXE 3 : FIDÉLISER

- Créer et animer un réseau alumni départemental (newsletter, événements annuels, ...)
- Maintenir le lien avec les jeunes actifs/anciens étudiants aveyronnais expatriés.
- Coopérer avec la marque «Viens Vivre en Aveyron» et les partenaires locaux pour favoriser le retour des anciens étudiants en Aveyron.



Les actions 2022

- Maillage territorial à la rencontre des acteurs qui sont et font l'enseignement supérieur et la vie étudiante en Aveyron => Diagnostic.
- Développement d'une marque d'attractivité pour attirer les jeunes vers le territoire : Viens étudier en Aveyron = création d'une identité graphique propre et définition des axes de promotion.
- Réalisation d'une vidéo valorisant la Destination Aveyron pour les études supérieures.
- Réalisation d'un kit stand mobile Viens étudier en Aveyron.
- Réponse favorable à une demande d'accompagnement du centre de formation Campus XII Avenue, pour une présence, à leurs côtés, sur deux salons de l'enseignement supérieur pour 2023.
- Création d'un partenariat avec le Groupe Studyrara pour une présence de la mission sur le salon de l'enseignement supérieur de Rodez en 2023.

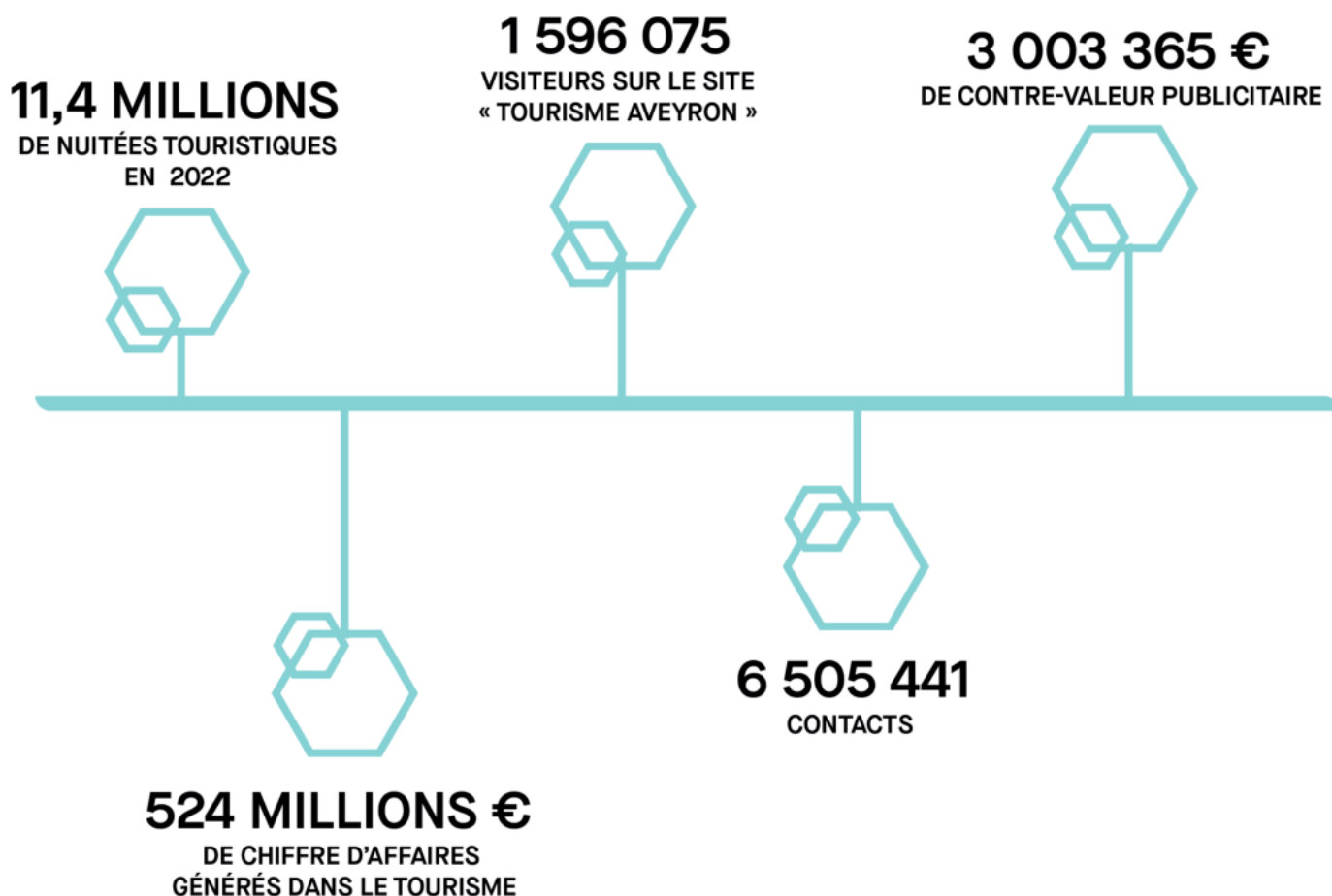




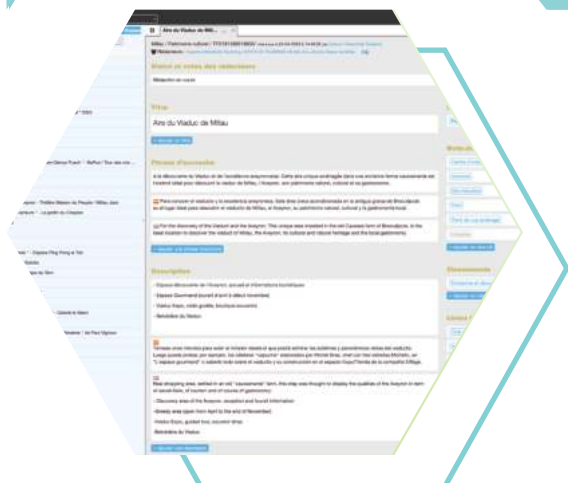
ORIENTATION

DÉVELOPPER LES SYSTÈMES D'INFORMATION ET MESURER LES PERFORMANCES, AU SERVICE DES TERRITOIRES

07



Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires



Animation autour des outils numériques

= Caravelis : Logiciel de la base de données d'informations touristiques du département

Appui auprès des offices de tourisme et partenaires utilisant la base de données partagée (Animation, Assistance, dépannage, conseils, ...)

- o Mise à jour de certains critères figurant dans la base de données

- o Suivi technique avec le prestataire de l'outil (Laëtis)

= Plus de 100 dispositifs numériques (sites internet, applications mobiles, bornes, écrans) sont alimentés à fin 2022 par la base de données SITA.

- o Préparation de l'interrogation SITA 2023 = Envoi des fiches 2023 à tous les prestataires disposant d'une adresse mail

- Paramétrage et ouverture des comptes pour la saisie en ligne

- Paramétrage pour l'envoi des fiches par mail (intégration des logos et des signatures mail de chacun des OT du département)

- Impression des fiches d'interrogation 2023, des courriers d'accompagnement et des étiquettes d'envoi pour les prestataires ne disposant pas d'adresse mail.



Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires



Animation autour des outils numériques

= Caravelis : Logiciel de la base de données d'informations touristiques du département

o Animation du Club des Utilisateurs du SITA

Réunion collective en visio-conférence le 7 Juillet (15 participants)

Rencontres individuelles dans les offices de tourisme :

- 29 Juin : OT Muse et Raspes du Tarn
- 19 Juillet : OT Millau Grands Causses
- 04 Octobre : OT Decazeville Communauté et OT Plateau de Montbazens
- 10 Octobre : OT Pays Ségali et OT Aveyron Ségala Viaur
- 14 Octobre : OT Ouest Aveyron
- 08 Novembre : OT Conques Marcillac
- 05 Décembre : OT Rodez Agglomération
- 06 Décembre : OT du Pays de Roquefort et du St Affricain et OT Rougier Aveyron Sud
- 08 Décembre : OT Terres d'Aveyron et OT Pareloup Lévézou

<https://www.pro-aveyron.com/se-developper/la-boite-a-outils/sita/>

o Accompagnement technique des offices de tourisme dans la rédaction des cahiers des charges de leur site internet et la liaison avec la base de données SITA

- 27 Janvier : Réunion d'accompagnement pour le site internet Tourisme en Aubrac
- 11 Février : Participation à l'audition des candidats pour le site internet Tourisme en Aubrac
- 26 Septembre : Réunion « projet site web – OT Pays Ségali et OT Aveyron Ségala Viaur »
- 16 Décembre : Lancement et présentation nouveau site internet Tourisme en Aubrac



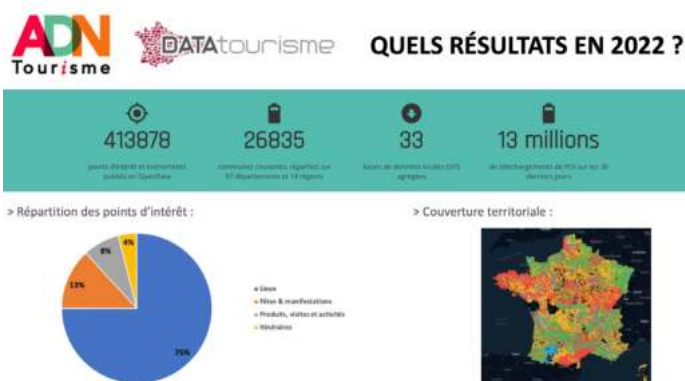
Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires



DataTourisme - projet Open Data

- o Participation au groupe de travail national DATAtourisme dont l'objectif est la mise à disposition des données touristiques en Open Data, piloté par l'Etat (via la DGE) et ADN Tourisme
- o Mise en ligne quotidienne des données d'informations (hébergements, sites, restaurants, ...) concernant le tourisme en Aveyron sur la plateforme nationale DataTourisme.

- Février : Formation et correspondance DATAtourisme / SITA
- Septembre : Réunion technique DATAtourisme



Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires



Outil de suivi de la E-réputation Fairguest

o Suivi technique concernant l'outil de suivi de la E-réputation Fairguest (agrégateur d'avis clients)

Connexion avec la base de données SITA

Suivi technique avec le prestataire Raccourci

o Analyse des avis et commentaires pour l'année 2022

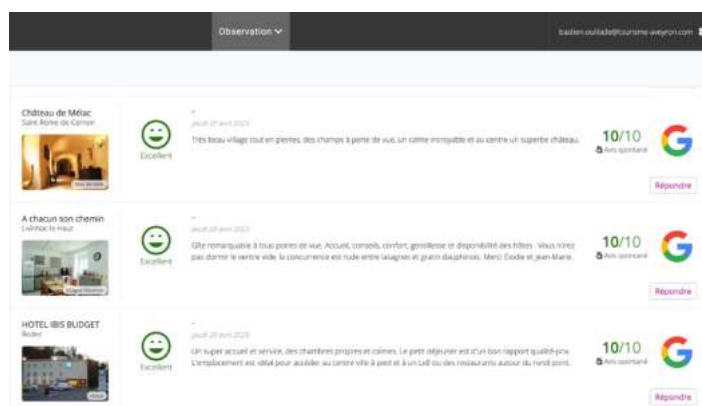
Intégration d'éléments dans la note de conjoncture

Réalisation du bilan global pour l'année 2022

o Mise à disposition de l'outil auprès de tous les OT du département

Assistance, Aide, ...

o Ouverture de comptes pour les prestataires en lien avec les Offices de Tourisme



Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires



Mise en place de Formations - Pour les Offices de Tourisme

- o 18 Mars : Formation Wix à Rignac
- o 31 Mars : Formation outil SITA – OT Terres d'Aveyron
- o 17 Novembre : Atelier saisie SITA – OT Ouest Aveyron
- o 25 Novembre : Formation Welcotour / Mautic – OT Conques Marcillac



Pôle Systèmes d'Information et d'Observation

Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires



Intégration de sites internet d'offices de tourisme dans l'écosystème Tourisme Aveyron

Dans un effort de mutualisation des moyens et pour permettre aux offices de tourisme désireux de profiter de la visibilité du portail et de l'expertise digitale de l'équipe Tourisme Aveyron, tout en gardant une certaine indépendance, l'ADAT a continué sa collaboration avec plusieurs offices de tourisme.

L'intégration dans l'écosystème consiste à :

- Accompagnement, suivi et conseil de la part de l'ADAT pour structuration de l'arborescence et à la gestion des contenus (rédaction, SEO pour référencement, ...)
- Accompagnement technique de l'ADAT à l'intégration des contenus auprès de l'équipe de l'Office

Poursuite de l'appui technique et continuité de la collaboration avec les équipes des offices de tourisme des Causses à l'Aubrac, du Pays Ségali, des Templiers Hospitaliers, Rougier Aveyron Sud, Terres d'Aveyron et Pareloup-Lévézou pour améliorer et ajouter du contenu à leur site.

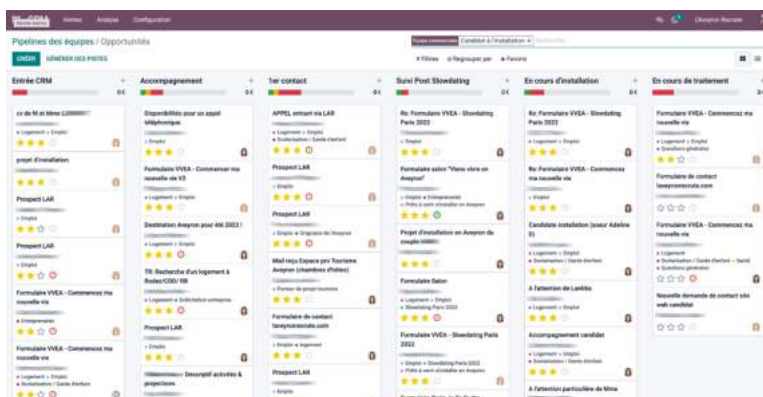
Étude et gestion des évolutions techniques demandés par les offices de tourisme en cours d'intégration

= Analyse technique, étude de faisabilité avec notre prestataire technique en charge de notre site internet

Pour améliorer le bon fonctionnement de ces collaborations et favoriser les échanges entre les offices un « club écosystème » a été créé. Se réunissant une fois par trimestre, le club permet de faire un point sur les améliorations techniques effectuées, sur les statistiques et les besoins de chacun pour faire évoluer le site dans sa globalité.

- 10 mars
- 13 octobre
- 09 décembre

Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires



Outils numériques

ATTRACTIVITÉ : GESTION DE LA RELATION CLIENT

- o Inscription aux évènements,
- o Récupération de contacts,
- o Campagne d'e-mailing,
- o Jeu-concours lors des congrès Médecins, Slowdating (Paris Bercy 2022)

LOGICIEL DE GRC ODOO

- o Amélioration continue du logiciel pour l'adapter au mieux aux différentes cibles
- o Mise en place de workflow et de procédure

MISE EN PLACE EN INTERNE D'UN OUTIL COLLABORATIF PAR THÉMATIQUE

- o Discussion instantanée,
- o Echanges d'information organisationnelle,
- o Echanges de documents,
- o Veille informationnelle

ATTRACTIVITÉ MÉDICALE : CRÉATION DE JEU-CONCOURS EN LIGNE

Accueil Médecin Aveyron : Congrès ISNAR-IMG 2022

MISE EN PLACE D'UN MODULE DE PAIEMENT EN LIGNE POUR LE #WAA 2022

Projet VIA : Vivre et s'Installer en Aveyron (écosystème lié à l'attractivité)

Un écosystème autour de l'attractivité du territoire permettant de :

- o construire une offre territoriale, vivante et utile
- o concrétiser des projets de « nouvelle vie en Aveyron »

LES OBJECTIFS PRINCIPAUX :

- o Faciliter l'accès aux informations clés d'attractivité pour de potentiels nouveaux arrivants ou acteurs économiques
- o Améliorer la visibilité de l'offre territoriale aveyronnaise
- o Accompagner les communautés de communes dans la construction et la promotion de leur offre territoriale

LES MOYENS POUR RÉPONDRE À CES OBJECTIFS :

- o Mutualiser et partager de la donnée : pour et sur les nouveaux arrivants, les opportunités professionnelles, le maillage du territoire aveyronnais
- o Pour amener un service aux collectivités et aux partenaires
- o Pour créer de la valeur ajoutée au sein de l'agence

LES ÉTAPES DE 2022 :

Co-conception du projet en interne (Octobre/novembre)

Présentation du projet aux communautés de communes (à partir de décembre)

PROJET VIA — 4 thématiques « piliers »



Maintenir à niveau les outils de travail de l'ADAT

Gestion du parc informatique et de la flotte mobile de l'ADAT sur les sites de Rodez, de l'Aire de Séverac d'Aveyron et l'Aire du Viaduc à Millau

- o Rédaction des cahiers des charges, Lancement et suivi des consultations,
- o Analyse des offres, Choix des prestataires,
- o Suivi des commandes et du budget,
- o Installation et paramétrage du matériel,
- o Mise à jour du parc informatique (ordinateurs, tablettes, smartphones, ...)
- o Sécurisation du dispositif de sauvegarde des données.

Paramétrage et installation des équipements pour les nouveaux collaborateurs de l'ADAT

Formations en interne auprès des collaborateurs de l'ADAT :

- o Prise en main du matériel informatique
- o Logiciel de gestion de planning Eurécia
- o Présentation de la base de données SITA
- o Présentation de la base de données GRC Odoo



Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires



Les systèmes d'observation

POURSUITE DE LA MISSION D'OPTIMISATION DE LA QUALITÉ DES INFORMATIONS TOURISTIQUES DANS CARAVELIS LA BASE DE DONNÉES D'INFORMATIONS TOURISTIQUES DU DÉPARTEMENT

La base de données partagée entre l'ADAT et les Offices de tourisme de l'Aveyron alimente nombre d'outils numériques et constitue un socle de l'observation de l'offre touristique départementale.

Elle alimente aussi les bases de données de partenaires tels le CRTL Occitanie et Data Tourisme. Elle exige la qualité et la fiabilité de l'information saisie, un suivi régulier du contenu et de ses évolutions.

L'onglet classement de caravelis est du ressort de l'ADAT qui s'appuie sur :

- Les classements officiels issus :

 - soit de la plateforme « class » des meublés classés

 - soit d'Atout France qui gère le classement des

hébergements collectifs (hôtels, campings, parcs résidentiels de loisirs, résidences de tourisme et villages de vacances)

- Les déclarations en mairie qui remontent via le réseau des OT en contact direct avec les hébergeurs et les mairies

- Les qualifications comme les Chambres d'Hôtes Référence

- Les labels (épis, clés, accueil paysan)

- Le classement des Offices de Tourisme

- Les opérateurs de voyage via Atout France

- Les 2 PNR qui ont en charge notamment la marque Valeurs Parc

D'autres onglets nécessitent aussi des vérifications (textes de présentation, photos, site web,...) et des cohérences de présentation des informations.

Un travail très régulier avec les OT et partenaires est indispensable pour sensibiliser et améliorer l'utilisation de caravelis.





Les systèmes d'observation

SUIVI DE L'OFFRE LITS TOURISTIQUES



208 332 lits
touristiques



147 099 lits
privatifs (non-
marchands)



61 233 lits marchands répartis ainsi :

Campings/PRL : 53,1% (soit 32 521 lits)

Meublés & Gîtes : 17,8% (soit 10 882 lits)

Hôtels classés : 12,4% (soit 7 612 lits)

Villages/Centres de vacances : 4,4% (soit 4 233 lits)

Chambres d'Hôtes : 4,1% (soit 2 460 lits)

Autres Hébergements Collectifs : 5,7% (soit 1 985 lits)

Résidences de Tourisme : 2,5 % (soit 1 540 lits)



Observation spécifique sur les 19 intercommunalités Aveyron :

dans le cadre de la loi NOTRe : Mise à jour des tableaux de bord de l'offre touristique pour alimenter les diagnostics de territoire = Suivi du nombre d'hébergement par intercommunalité et au global dans le département de l'Aveyron.

Les systèmes d'observation

OBSERVATION ET SUIVI DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE L'AVEYRON

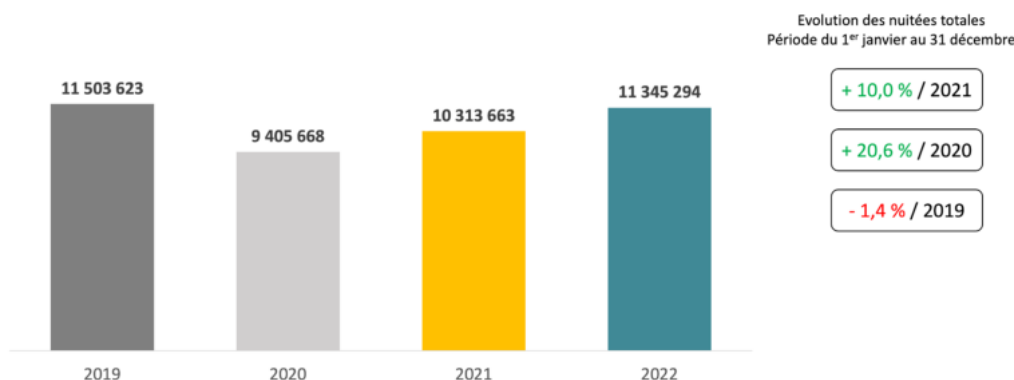
- o Mise à jour des tableaux de bord et bilans de la fréquentation Aveyron / suivi des flux touristiques 2022 / des flux de l'aéroport / des données INSEE Hôtellerie de plein air et Hôtellerie
- o « Enquête groupes » auprès des prestataires aveyronnais pour le suivi de la clientèle groupes en Aveyron
- o Gestion des demandes d'informations sur les chiffres du tourisme de l'Aveyron : porteurs de projets / territoires / consultants / ...

SUIVI DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN AVEYRON VIA LA MÉTHODE D'OBSERVATION FLUX VISION TOURISME ORANGE

- o Dispositif développé par Orange pour mesurer les nuitées, les excursions (visite à la journée) et les déplacements touristiques en cohérence avec ADN Tourisme.
- o Traitement des données à l'échelle départementale et des intercommunalités de l'Aveyron
- o Envoi de rapports trimestriels aux Offices de Tourisme sur la fréquentation de leur territoire
- o Participation aux webinaires techniques proposés par Orange

11,3 Millions de nuitées en 2022

- Volume des nuitées totales (françaises + étrangères) du 1^{er} janvier au 31 décembre



Les systèmes d'observation

SUIVI DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN LOZÈRE POUR LE COMPTE DU CDT LOZÈRE

Analyse et traitement des données Flux Vision Tourisme 2022 pour le CDT Lozère. Réalisation de rapport d'étude sur le département Lozère et ses 5 régions naturelles ainsi que pour 9 communautés de communes de Lozère soit 15 rapports avec 4 livraisons annuelles (Janvier - Avril // Mai - Août // Septembre - Décembre // année complète)

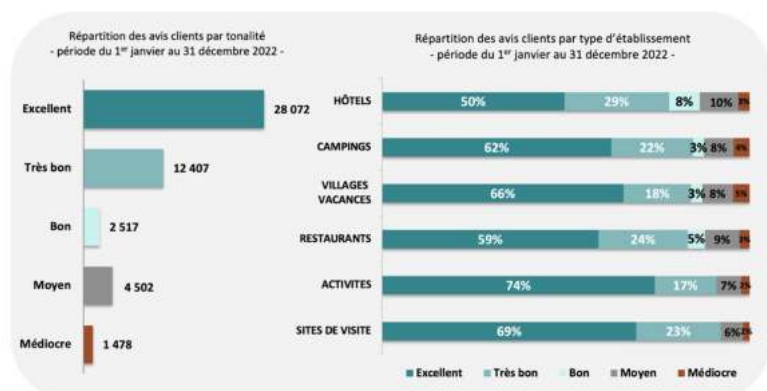
MISE EN PLACE D'UN CLUB OBSERVATOIRE AVEC LES OFFICES DE TOURISME

Lancement d'une phase de test fin 2022 et 2023 avec les offices de tourisme de Millau Grands Causses, d'Ouest Aveyron et de Decazeville communauté.

= Partage de données, enquêtes mutualisées, ...

DISPOSITIF DE CONJONCTURE TOURISME AVEYRON

- o Administration des enquêtes et rédaction des notes de conjoncture mensuelle sur l'activité touristique du mois de mai à mi-novembre
- o Interrogation des prestataires aveyronnais (500 réponses par vague d'enquête)
 - Baromètre de l'activité du mois de mai à la fin des vacances de Toussaint
- o Données de fréquentation Flux Vision Tourisme
- o Intégration des avis clients Fairquest (voir exemple de synthèse par catégorie ci-après)



Ce que les vacanciers nous disent à propos de la destination Aveyron

authentique
culture
calme
chaleureux
diversité
accueil
savoir-faire
nature
patrimoine
qualité
gastronomie
activités
paisibles
paysages

Observation et suivi de la fréquentation touristique dans le cadre des travaux des observatoires départementaux d'Occitanie et de l'observatoire régional du CRTL Occitanie

OBJECTIFS :

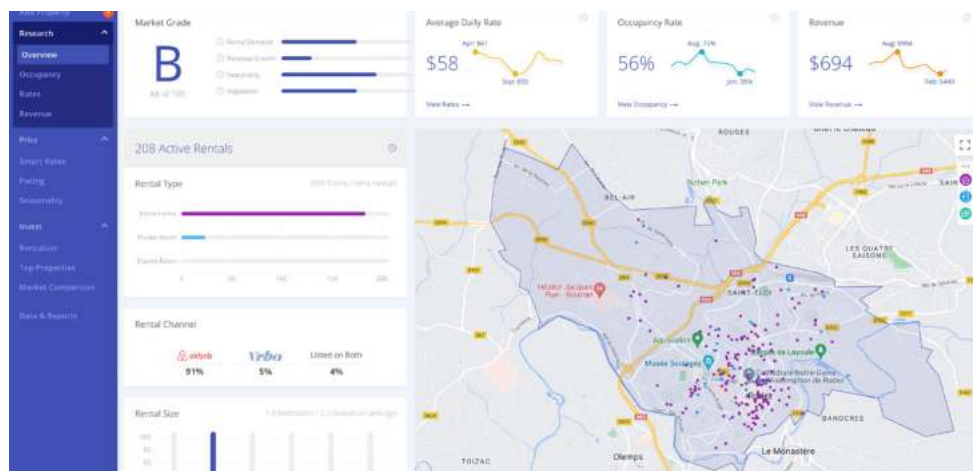
- 1) Echanger, mutualiser les outils et enquêtes, développer de nouvelles approches, mettre en place de nouveaux partenariats, se mesurer / autres destinations de la Région Occitanie.
- 2) Adapter nos outils d'observation à la Région Occitanie (13 départements)
 - o Réunions régulières de travail et d'échanges
 - o Positionnement de l'ADAT comme interlocuteur privilégié de l'échelon régional
 - o Evolutions des méthodes d'observation

AIRDNA

AIRDNA propose un service d'optimisation des revenus de la location de vacances pour les propriétaires. Depuis 2018, il propose également des offres dédiées aux organismes de gestion des destinations via la livraison de données issues d'un scraping des plateformes Airbnb et VRBO (groupe Abritel Homeaway).

- Avoir une meilleure connaissance de l'offre locative d'un territoire
- Recenser les offres locatives Airbnb + Homeaway du département
- Fournir des nouveaux indicateurs d'observation
- Réaliser des diagnostics de territoire

Animation et déploiement du dispositif d'observation PILOT auprès des Offices de Tourisme de l'Aveyron



Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires

Observation et suivi de la fréquentation touristique dans le cadre des travaux des observatoires départementaux d'Occitanie et de l'observatoire régional du CRTL Occitanie

PILOT :

- Pilotage des Organismes de Tourisme en France initié par ADN Tourisme
- Outil national unique partagé de Pilotage des Organismes de Tourisme : plateforme internet qui enregistre et agrège les données socio-économiques et touristiques des OT
- En projet saisie pour les CDT/ADT et CRT

o ISEC = Indicateurs Socio-Economiques
(rendent compte du fonctionnement d'un organisme de Tourisme)

o ITT = Indice de Touristicité
(synthétise le potentiel touristique d'un territoire)

les objectifs de PILOT outil utile à long terme:

- Disposer d'indicateurs normés pertinents
- Analyser le fonctionnement des structures
- Se comparer par strate à d'autres territoires en Région en France
- Etablir un benchmarking
- Disposer d'éléments stratégiquement déterminants

2020 a été l'année de démarrage au niveau national dans un contexte difficile.

L'objectif est de déployer progressivement la saisie, sachant que l'outil permet de saisir les données à tout moment, de les stocker et de créer une base de données pérenne.

Plus le nombre d'OT en France saisiront dans PILOT, plus PILOT sera riche de données et d'éléments de comparaison et de benchmark.

Développer les systèmes d'information et mesurer les performances au service des territoires

ANNUAIRE INTERNE :

Mise en service de l'annuaire des contacts / corporate de l'ADAT

L'outil développé est accessible en ligne, partagé en consultation à tous, unique, évolutif, mis à jour et géré en interne pour centraliser tous les contacts « corporate » de l'Agence.

Il peut permettre rapidement, en fonction des besoins, d'intégrer de nouvelles données centralisées et partagées.



ANNUAIRE

> GOUVERNANCE

Assemblée Générale

Conseil d'administration

Invités

> ÉLUS

Conseillers
Départementaux

Maires et Communes

EPCI Aveyron

Députés

Sénateurs

Conseillers Régionaux

> COLLECTIFS

Gîtes Exception

Chambres d'Hôtes
Référence

Club Groupes

Club Des Sites

PBVF 12

Bureau FAHPA

Associations de Tourisme

> OFFICES DE TOURISME

OT & BIT

Directeurs

Présidents



**Agence Départementale de l'Attractivité
et du Tourisme de l'Aveyron**

Rue Louis Blanc - BP 831
12000 Rodez

05 65 75 55 80

www.aveyron-attractivite.fr

