



Toulouse, le 18 septembre 2018

## BILAN ESTIVAL 2018

### FOCUS SUR LE TOURISME DE LOISIRS ET LE TOURISME D'AFFAIRES

#### CONSOLIDATION DES RESULTATS DE LA DESTINATION TOULOUSE

Selon les professionnels du tourisme français (Atout France, ProTourisme...), la fréquentation touristique en France métropolitaine (hors Paris et la Côte d'Azur) a connu, pour la saison estivale de 2018, un bilan mitigé, du fait notamment d'un plus fort taux de séjours à l'étranger et d'un épisode caniculaire important. **Toulouse affiche un bilan estival satisfaisant et consolide de bons niveaux de fréquentation observés ces deux dernières années**, en termes de tourisme d'affaires et de tourisme de loisirs. Toulouse continue d'asseoir par ailleurs sa notoriété auprès des visiteurs français et étrangers.

« *L'Agence, structure unique en France, nous permet de mobiliser tous les leviers pour inscrire et développer la marque Toulouse au niveau national et international. L'arrivée prochaine du Parc des expositions & Centre de conventions constituera une opportunité nouvelle pour ajouter une nouvelle brique à l'attractivité de notre territoire.* » souligne **Jean-Luc Moudenc**, Président de l'Agence d'Attractivité de Toulouse Métropole, Président de Toulouse Métropole et Maire de Toulouse.

#### UNE CONSOLIDATION DE L'ACTIVITE DE LOISIRS

##### La LGV Bordeaux-Toulouse confirmée !

*Le gouvernement a confirmé le 12 septembre 2018, la priorité donnée à la LGV Bordeaux-Toulouse. Elle permettra de relier Toulouse à Paris en 3h10. Le ministère a indiqué que les travaux seront lancés avant la fin du quinquennat.*

En juin 2018 et par rapport à la même période sur 2017, **Toulouse a connu une progression de son taux d'occupation (+3 points)**, qui est passé de 73 à 76%. Par ailleurs, son revenu par chambre disponible (RevPar, Revenu Per Available Room) a augmenté de +9% dans les hôtels et de +18% dans les résidences de tourisme (+4 points en taux d'occupation), grâce à une croissance des prix moyens.

**Pour l'ensemble de la période estivale, Toulouse reste sur une dynamique positive et affiche des taux d'occupation similaires à l'année dernière (69,3% pour le mois de juillet et 60,3% pour le mois d'août) avec un RevPar en hausse.**

Pour rappel, les taux d'occupation en juillet-août ne dépassaient pas respectivement 60% et 55,5% il y a encore 4 ans.

**Concernant la provenance géographique des visiteurs sur juillet/août à l'accueil de l'Office de Tourisme de Toulouse, 53% de touristes sont étrangers<sup>1</sup>.** Sans surprise les Espagnols restent les plus nombreux (6 visiteurs étrangers sur 10, mais en léger recul), suivi des Anglais (8%) et des Belges (6%). **Les plus fortes progressions sont à mettre**

**au crédit des Canadiens (+20% / 6<sup>e</sup> clientèle étrangère), des Américains (+17% / 8<sup>e</sup>), sans oublier les voyageurs allemands (4<sup>e</sup> clientèle) et Italiens (5<sup>e</sup> clientèle) qui progressent de 1%.**

<sup>1</sup> Source : Agence d'Attractivité – relevés effectués à l'accueil de l'Office de Tourisme de Toulouse

**On observe un léger tassement de la fréquentation des musées et des sites qui est à replacer dans un contexte de très forte progression de fréquentation depuis 3 ans.**

Exemple avec la Cité de l'espace (classée en 1<sup>e</sup> position du top 3 des meilleurs musées de France à visiter en famille par Europe 1) : après la forte croissance de fréquentation estivale de ces dernières années (20 ans de l'ouverture du parc, année Thomas Pesquet...), la Cité de l'espace a consolidé la position acquise en 2017. Juillet et août ont été légèrement inférieurs à 2017 (113 745 pax contre 117 874, soit -3.5% d'entrées) mais très largement supérieur aux années 2013, 2014 ou 2015 où la fréquentation n'excédait pas les 87 000 pax en été !

**Dans le Top 5 des sites touristiques toulousains plébiscités par les visiteurs cet été, la Basilique St Sernin se place en haut du podium** (173710 entrées validées par un nouveau système de comptage), suivie par la Cité de l'espace, le Couvent des Jacobins (79781 entrées / -4%), le groupe Manatour avec Aeroscopia + Let's Visit Airbus (59060 entrées / -9%) et le Muséum (45263 entrées / -6%).

**A noter** : les Nocturnes à la Cité de l'espace, avec plus de 7200 curieux, figurent parmi les activités phares de l'été.

**Les visites guidées grand public à l'attention des « individuels » proposées par l'Office de Tourisme, ont connu une augmentation de 4% du nombre de participants** et décrochent pour la 2<sup>e</sup> année consécutive le **Certificat d'Excellence de TripAdvisor**. Une nouvelle offre de parcours touristique, sous forme de plan, a été lancée au mois d'août, avec **842 « Parcours Toulouse – Les Incontournables » vendus en à peine 1 mois. Enfin, les températures exceptionnelles de cet été ont globalement favorisé les activités en plein-air** : petit-train, minibus panoramiques, vélos touristiques...

**Concernant le bilan des Journées du patrimoine**, plus de 5600 personnes se sont rendues à l'accueil de l'Office de Tourisme et **1312 visiteurs ont participé aux 24 visites guidées** thématiques organisées par le service réceptif (données stables par rapport à 2017 / hors fréquentation Château de Launaguet, Préfecture, Crypte du Palais de Justice et Cabinet du Maire). **Plus de 12200 visites recensées sur le site [www.toulouse-tourisme.com](http://www.toulouse-tourisme.com) (+40% vs 2017).**

## **LES NOUVEAUX OUTILS ET LES PROJETS DE DEVELOPPEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME DE TOULOUSE**

**Fort de cette dynamique, l'Office de Tourisme a mis en place de nouveaux outils et projets** avec pour objectif de mieux valoriser son offre, et de l'adapter aux besoins des visiteurs français et internationaux.

Outre le nouveau parcours d'itinéraire touristique commercialisé depuis août, a été lancé en juin **le 1<sup>er</sup> Topoguide de Toulouse Métropole en lien avec la FFRP31 pour contribuer à faire découvrir les richesses de la métropole.**

Grâce à **la toute nouvelle convention signée mi-septembre entre Intercités SNCF et l'Office de Tourisme**, les voyageurs bénéficient de réductions sur le Pass Tourisme sur simple présentation du billet de train. Ce dispositif concernera prochainement l'offre TGV et permettra une visibilité accrue de Toulouse au niveau national.

Pour le volet international, l'Office de Tourisme a par exemple créé **un compte WeChat à destination des touristes chinois et le renforcement des visites guidées en langue espagnole.**

Afin de mieux connaître le profil des visiteurs et leurs attentes et de pouvoir ainsi affiner ses actions de communication, **l'Office de Tourisme a lancé une nouvelle enquête de clientèle en mai dernier.** Elle sera finalisée en novembre pour un rendu en fin d'année 2018.

Afin d'accueillir les visiteurs dans des conditions optimales, **l'espace d'accueil du Donjon sera réaménagé pour fin 2019/début 2020. Le programme architectural est en cours d'élaboration.**

**S'inscrivant dans le cadre de cette dynamique de densification de son offre touristique à la fois sur les segments affaires et loisirs, Toulouse inaugurera d'ici la fin de l'année la Piste des Géants** dotée de 2 équipements majeurs à haut potentiel d'attractivité : La Halle de La Machine et L'Envol des Pionniers. Avec ce projet, Toulouse maintient son **positionnement spécifique la présentant comme LA destination de l'aventure et de la découverte scientifique**, aux plans national et international.

## LE TOURISME D’AFFAIRES EN PLEINE EXPANSION

**Toulouse Convention Bureau** continue à s’inscrire dans une stratégie offensive de développement qui a permis de faire de la ville une destination clé en termes de tourisme d’affaires, aux plans national et international.

Après avoir accueilli en 2017 des manifestations de grande ampleur comme l’International Federation of Automatic Control (3 500 congressistes de plus de 50 pays), **Toulouse a décroché le titre de « Cité européenne de la science » en 2018**. Dans ce cadre, elle a ouvert ses portes à l’**EuroScience Open Forum (ESOF)** du 9 au 14 juillet. Pour la 1<sup>ère</sup> fois en France, ce rassemblement international a réuni, pendant 6 jours, plus de 4 300 visiteurs et 900 *speakers* en provenance de 93 pays. En parallèle d’ESOF, **le festival Science in the City** a proposé aux néophytes des activités gratuites pour découvrir les secrets de la science, les nouvelles technologies, ou le fonctionnement du corps humain.

Toulouse a aussi accueilli **la première édition de l’International Planetarium Society (IPS)** qui a pris place au sein de la Cité de l’espace, du 1<sup>er</sup> au 5 juillet. Cet événement a été le point de rendez-vous de la communauté internationale des planétaristes : 2256 experts (24% venant de France et 76% de l’étranger, dont 22% d’américains), se sont déplacés pour découvrir les nouveaux spectacles et les dernières évolutions technologiques dans ce domaine.

Autre événement estival phare, **le FAB14+**, la plus importante réunion internationale dédiée à la fabrication numérique et aux méthodes agiles de fabrication, s’est tenu à Toulouse du 16 au 22 juillet. Les 1000 membres du réseau mondial des Fab Labs et leurs partenaires se sont réunis durant 5 jours au Centre des congrès Pierre Baudis. Le week-end d’ouverture au grand public, le FAB14 Festival a accueilli près de 15000 personnes venues partager l’effervescence des Fab Labs.

Toujours dans le cadre de cette démarche, et afin de toucher de nouvelles cibles et de pérenniser le travail de promotion précédemment accompli, le Convention Bureau a mis en place un travail de promotion et de communication continu avec la création d’un nouveau site Internet, la diffusion de newsletters mensuelles auprès d’un fichier qualifié (agences événementielles, PCO, sociétés savantes, cibles corporate...) et l’amélioration de la visibilité en presse pro qui a engendré 315 000 contacts.

**Avec l’organisation de ces événements majeurs, Toulouse maintient sa place de 4<sup>ème</sup> ville de France en termes d’accueil de manifestations internationales.**

L’ouverture en 2020 du **PEX - Parc des expositions et Centre de conventions**, sera une étape importante pour le tourisme d’affaires. Un premier événement est d’ores et déjà confirmé dans ce nouvel équipement : le congrès **Entreprises Publiques Locales (EPL)** qui se tiendra du 12 au 14 octobre 2021.

## L’AGENCE D’ATTRACTIVITE FAIT RAYONNER TOULOUSE EN FRANCE ET A L’INTERNATIONAL

Depuis sa création, l’Agence d’Attractivité booste l’image de la ville Rose. Pour ce faire, elle s’appuie sur des leviers complémentaires : le Bureau des Tournages, la campagne « Toulouse a tout », le Club des Ambassadeurs...

Afin de capturer sur pellicule les atouts de Toulouse et séduire de nouveaux visiteurs, l’Agence d’Attractivité a ainsi développé **le Bureau des Tournages** qui a pour objectif d’attirer et d’accompagner divers projets audiovisuels : fictions, films, documentaires, reportages et publicités.

Après avoir accueilli, en 2017, les équipes des films *Mention Particulière* et *Intime Conviction*, deux nouveaux tournages ont eu lieu durant la période estivale 2018. Pendant 5 jours, la ville a servi de cadre au long métrage *Si Demain*, de Fabienne Godet, avec les acteurs Julie Moulier et Arnaud Valois (notamment connu pour son rôle dans le film à succès *120 battements par minutes*). Le réalisateur et chef monteur toulousain, Robin Barrière, a également choisi sa ville d’origine pour filmer au printemps *Amimaginaire*, récompensé au festival de Cannes par le prix *HP Masters Of Short Film*.

Dernière actualité en date : l'équipe du Bureau des Tournages s'est déplacée du 12 au 16 septembre, à la 20<sup>ème</sup> édition du Festival de la Rochelle, pour promouvoir Toulouse comme **une véritable « destination Cinéma »**.

L'image de la ville a aussi été déployée sur de multiples canaux (aéroports, TV, web...) **grâce à la 2<sup>e</sup> édition de la campagne « Toulouse a tout »** débutée le 10 mars 2018, auprès des publics français, espagnol, anglais et allemand. Les spots TV et vidéos en ligne ont générés plus de **120 millions de contacts en France et 7,9 millions à l'international**. Cette campagne 2018 recueille **85% de taux d'agrément**, en progression par rapport à 2017. On observe également une progression de 3% des publics exposés à la campagne. A retenir : **plus d'1 tiers des interviewés déclare vouloir venir à Toulouse** dans les 12 prochains mois<sup>2</sup>.

**A cette dynamique s'ajoutent les tournages d'émissions françaises et étrangères** consacrées à Toulouse. Les programmes *Des Racines et des Ailes* et *Echappées Belles* ont de nouveau pris place au cœur de la ville pour mettre en valeur la richesse de son patrimoine et son attractivité touristique à travers les thèmes du pastel et du Canal du Midi. Au mois de juin, l'équipe de la chaîne italienne TVRai3 s'est de même rendue à Toulouse pour son émission de voyage emblématique *Kilimangiaro*. A la même période, la télévision japonaise a investi les rues de la ville pour y mettre en scène l'une de ses mascottes emblématiques. Depuis septembre, Toulouse est à nouveau sous les feux de la rampe entre le tournage de l'émission de France 5 « *Les 100 lieux qu'il faut voir* » et de 2 émissions dédiées d'*Invitation au voyage* d'Arte.

**Cette effervescence constante démontre un engouement certain de ces programmes pour Toulouse et sa région, et conforte le travail de communication réalisé par les équipes de l'Agence d'Attractivité pour séduire les chaînes et les sociétés de production.**

Afin de fédérer des personnalités aux compétences plurielles autour d'un projet commun, l'Agence d'Attractivité s'appuie également sur son **Club des Ambassadeurs**. Il réunit aujourd'hui **420 membres (+20% vs 2017), qui sont basés dans 31 pays (+50% vs 2017) et qui évoluent dans 3 principaux secteurs d'activités** : les services aux entreprises, l'industrie et la recherche, et l'enseignement. Au cours de l'année 2018, le réseau a impulsé 65 rendez-vous avec des membres du Club en France et à l'étranger. En outre, à travers le Club des Ambassadeurs, l'Agence d'Attractivité a lancé cet été **une convention de partenariat avec TBS et TBS Alumni**. Les deux entités, qui travaillent ensemble depuis plusieurs années, ont souhaité pérenniser et structurer leur coopération afin de contribuer conjointement au rayonnement de Toulouse et de sa métropole. Dernièrement, grâce aux actions de promotions initiées par le Club des Ambassadeurs, la destination Toulouse a été présentée à Barcelone, à Toronto, à Montréal et au Québec.

## **INVEST IN TOULOUSE : UNE PROSPECTION FRUCTUEUSE AXÉE SUR LES SECTEURS PORTEURS DES RELAIS DE CROISSANCE DU TOULOUSE D'APRES-DEMAIN**

**Numérique, CosmeTech, MedTech, Transports du futur, New Space...** l'Agence d'Attractivité continue de séduire des entreprises novatrices et pionnières. L'écosystème toulousain, bouillonnant et hautement technologique et scientifique qui est présenté par Invest in Toulouse aux entreprises étrangères est souvent décisif.

Ainsi, l'équipe d'Invest in Toulouse a récemment accompagné dans l'installation de son siège européen la **start-up américaine Corpometrics**, spécialisée dans le suivi de l'évolution corporelle. D'autres exemples également significatifs : l'arrivée de **Greenspot, start-up néo-zélandaise** qui transforme les déchets de fruits et légumes en farine sans gluten, convaincue par le partenariat avec Toulouse White Biotechnologies...

D'autres sociétés dans l'intelligence artificielle ont investi Toulouse, trouvant dans cet écosystème industriel exceptionnel des clients attirés par ces technologies : outre **la société californienne BTBP** (centre de R&D et siège UE) utilisant la reconnaissance faciale pour des applications cosmétiques, c'est le cas de **la société indienne Neewee** (bureau commercial et déploiement sur sites industriels) spécialisée dans l'optimisation des processus de production par des algorithmes basés sur l'apprentissage automatique.

Suite à un démarchage accru sur la filière du New Space, les commerciaux de l'Agence d'Attractivité ont obtenu notamment les implantations successives d'**Open Cosmos, un concepteur britannique** de nano-satellites, et

---

<sup>2</sup> Source : BVA

d'Exotrail, start-up parisienne spécialisée dans la propulsion électrique de mini-satellites qui a levé 3,5 millions d'euros début septembre et qui a choisi Toulouse pour son développement software.

**Contact presse – Agence d'Attractivité de Toulouse Métropole :**

**Giesbert & Mandin**

Anna Beauchamp : a.beauchamp@giesbert-mandin.fr – 06 88 94 44 42

*©Place du Capitole Toulouse – JourdeNuit-Matthieu Krieger*