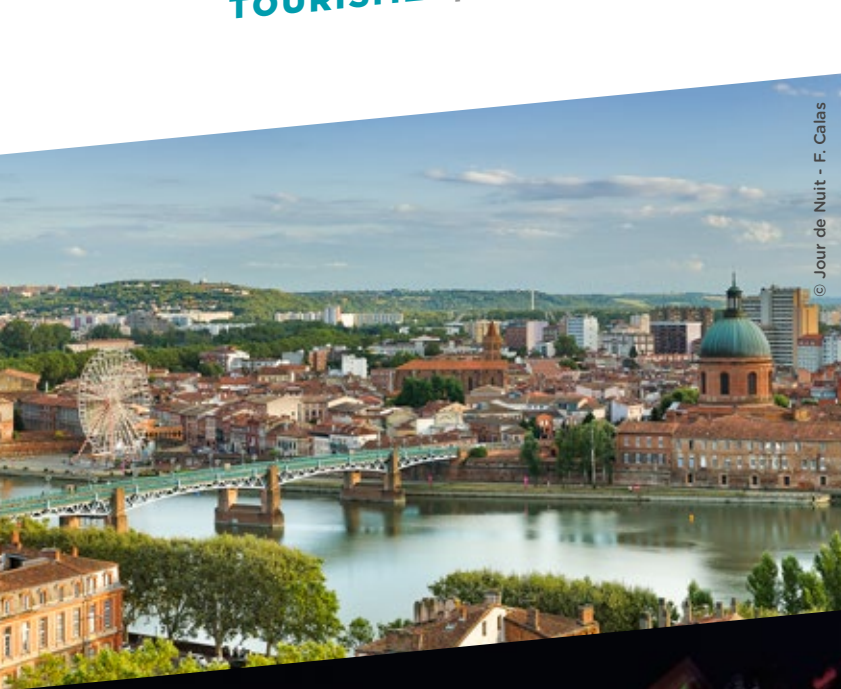


# Rapport d'activité 2016

**TOURISME | CONGRÈS | DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE**





# Édito

La nouvelle Agence d'attractivité de la métropole toulousaine, fusion de l'office de tourisme, du convention bureau et d'Invest in Toulouse, fête son premier anniversaire.

L'Agence a pour vocation d'assurer la promotion du territoire toulousain et de développer son attractivité.

L'activité tourisme de notre métropole a connu en 2016 une activité soutenue, notons par ailleurs une progression significative des dossiers traités par l'Agence d'attractivité congrès (+29 % par rapport à 2015).

Nous avons également connu, en 2016, une progression importante en matière d'implantation de projets économiques, au service de l'emploi local.

Toulouse est aujourd'hui en ordre de marche pour faire rayonner plus encore la destination en France et à l'étranger !

## Jean-Luc Moudenc

Président de So Toulouse  
Président de Toulouse Métropole  
Maire de Toulouse

## L'Agence d'attractivité en 2016

### 16 FÉVRIER

Le président de la métropole et ses partenaires annoncent la création de l'Agence d'attractivité et la convergence des 3 structures (office de tourisme, Toulouse convention bureau et Invest in Toulouse).

### AVRIL

Nomination du directeur général.

### SEPTEMBRE/OCTOBRE

Publication de deux études qualitatives et quantitatives portant sur la notoriété de la destination et le portrait identitaire du territoire. Élaboration d'un plan d'actions global et d'un schéma directeur du tourisme.

### OCTOBRE/DÉCEMBRE

Convergence statutaire en vue de la fusion des trois structures.

# L'Agence d'attractivité de Toulouse Métropole

Elle occupe une place originale dans le paysage des agences par la **convergence de trois métiers** : le tourisme, les congrès et le développement économique. **Un quatrième métier est confié à l'agence** : le marketing territorial de Toulouse.



**52** salariés



**4** métiers

## Les missions

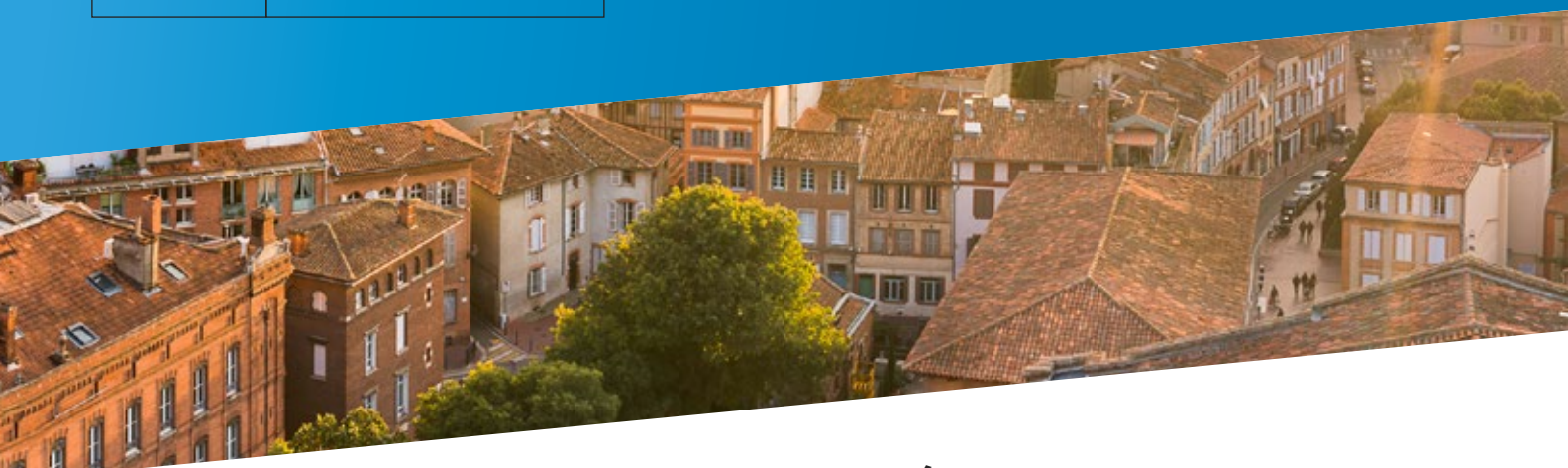
Offrir à Toulouse un **dispositif efficace pour « marketer » le territoire sur le plan international**, mais également **prospector, attirer et accueillir les créateurs de richesses et d'emplois**.

## Les valeurs

Engagement	Transparence	Partage	Professionalisme
Excellence	Attachement au territoire		

## La vision

**L'Agence d'attractivité est un phare** pour révéler Toulouse, son territoire et son patrimoine comme un pôle européen de référence en matière de tourisme urbain, de sciences, d'industries de pointe et de dynamique économique.



## LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES

### TOULOUSE Tourisme

- **Développer la notoriété et l'image** de Toulouse et de son territoire.
- **Favoriser la fréquentation touristique** de la métropole, soit par une approche directe, soit par l'intermédiation selon les pays.

### TOULOUSE Convention Bureau

- **Prospecter et accueillir des congrès** internationaux à fort contenu scientifique.
- **Créer les conditions d'émergence** de congrès et de conventions.

### Invest in TOULOUSE

- **Prospecter des porteurs de projets** économiques à forte valeur ajoutée.
- **Assurer l'accueil et l'ingénierie** de tout porteur de projet exogène.
- **Renforcer les chaînes de valeur** du territoire et favoriser leur fertilisation croisée.

# Agence d'attractivité Tourisme

## Chiffres clés du tourisme



### EN FRANCE

- Euro 2016 > Impact touristique (notoriété, flux)
- Un recentrage sur les destinations nationales
- Vagues d'attentats > Impact sécuritaire
- Brexit > Impact monétaire



### DANS LA MÉTROPOLÉ TOULOUSAINNE

- 5,25 millions de visiteurs  
(estimations hors visiteurs à la journée  
pour des motifs professionnels)

Source : estimation basée sur les données INSEE (2016), enquête sur le profil de clientèle agrément, cabinet Euroëka (2014), MKG Hospitality, CCIT et OTT (2016).



**2 millions d'entrées comptabilisées  
dans les principaux sites de visites  
avec billetterie**

Année record à la Cité de l'espace :  
323 000 visiteurs (+8 %)

Les Jacobins : 312 000 entrées  
(nouveau système de comptabilisation des entrées)

Muséum de Toulouse :  
274 000 visiteurs (stable)

Basilique Saint-Sernin :  
235 000 visiteurs (-1 %)

Musée Aeroscopia et Let's Visit  
Airbus : 226 000 visiteurs (-19 %)



**+8,3 % de RevPAR dans l'hôtellerie (51 €)**

**+2,4 points du taux d'occupation**

TO en semaine : 79,3% (+2 pts)  
TO le week-end : 51,3% (+3 pts)

Augmentation de la clientèle loisirs :  
+2,2 points

80 % de taux d'occupation  
durant l'Euro 2016  
(+4 points par rapport à juin 2015)

... mais des marges de progression  
des prix moyens (78 €)  
sur l'hébergement marchand  
(8<sup>e</sup> sur le plan national)



**La barre des 8 millions de passagers  
franchie pour la 1<sup>ère</sup> fois à l'aéroport  
de Toulouse-Blagnac (+5,4 %)**

23 nouvelles lignes  
(dont 7 ouvertures de ligne par Ryanair)

Hausse du trafic national (+2,6 %)  
et international (+9,5 %)

32 % du trafic total est assuré  
par le low-cost (+17,6 %)

Source : enquête MKG Hospitality,  
CCIT, OTT, Agence d'attractivité,  
aéroport de Toulouse-Blagnac,  
baromètre touristique (2015-16)



## Les temps forts en 2016 à Toulouse

### L'EURO 2016, UN IMPACT POSITIF SUR L'IMAGE DE LA DESTINATION



Source : MKG Hospitality - CCIT - Agence d'attractivité - OTT (537 questionnaires sur le terrain représentant 2300 personnes) - 2015-16



### LE SCHÉMA DIRECTEUR DU TOURISME, VÉRITABLE FEUILLE DE ROUTE DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA DESTINATION



Une analyse de la destination en profondeur



+120 acteurs touristiques mobilisés



Un plan d'actions sur 5 ans (2016-2020)



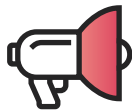
4 défis et 19 actions pour la destination



Un objectif de +25 % de nuitées durant la période estivale et les week-ends à l'horizon 2020

Source : schéma directeur du tourisme - 2016

### Promotion active en France et à l'international



560 000 personnes potentiellement approchées sur les salons grand public :

- Mahana Toulouse
- Mahana Lyon
- Salon mondial du tourisme à Paris
- Salon du tourisme B-Travel (Barcelone)
- Mercat de Mercats (Barcelone)
- Fête française de Düsseldorf
- Salon IMTM (Israël)
- ...

### Intensification des rencontres professionnelles sur les marchés de proximité et à fort potentiel

Source : office de tourisme - 2016



- +30 % de contacts professionnels par rapport à 2015 soit 2 553 voyageurs invités à Toulouse ou sur des opérations
- 34 éductours organisés (vs. 26 en 2015)
- 471 professionnels accueillis

- 26 workshops, démarchages et salons (vs. 20 en 2015)
- +15 % d'actions de promotion sur des marchés liés à des ouvertures ou renforcements de lignes aériennes directes (Autriche, Israël, Pologne, Canada, Chine, Japon, États-Unis)



Principaux événements :

- Caravane Air Transat (Canada)
- French Affairs (États-Unis)
- Workshop Sakidori (Japon)
- Démarchage d'agences chinoises à Paris
- Salon IMTM (Israël)

### Renforcement de la présence de la destination dans les réseaux de distribution étrangers

- +22 % de programmation de la destination par rapport à 2015 (sur la base des études de programmation réalisées en 2016 par Atout France et l'office de tourisme)

### Présence médiatique boostée sur les marchés européens par l'Euro 2016 et les ouvertures de lignes aériennes et ferroviaires

Source : office de tourisme - 2016



- 337 journées d'accueil
- 196 médias français et étrangers reçus parmi lesquels :
  - > TV Des racines et des ailes, Télématin, BFM Business, France 5 La Quotidienne
  - > Presse écrite et web Revue Fluvial, Mag Historia, The Sunday Times

- 315 journalistes accueillis de 22 pays
- Près de 250 articles parus
- voyages-sncf.com : opération test pour gagner en visibilité sur le premier site de e-tourisme français
- 2 médiateurs et 11 publi-rédactionnels

### Présence affirmée sur les réseaux sociaux

Sources : office de tourisme - 2015-16 ; We like travel - 2016



- 4<sup>e</sup> office de tourisme dans la catégorie « grandes villes de France »
- 30 000 followers sur Twitter (+17 000)
- 16 000 abonnés sur Instagram (+7 000)

- 29 000 fans sur Facebook Toulouse tourisme (+5 000)
- 87 143 photos taguées #visitezoulouse (+34 200)

Succès de la campagne publicitaire «Noël» sur Facebook

- 404 600 personnes ont vu la publicité
- 18 500 clics sur les pages web de toulouse-tourisme.com

TripAdvisor

- + 83 avis déposés sur les pages de l'office de tourisme et des visites guidées



## L'accueil numérique VS l'accueil physique

## L'office de tourisme s'adapte à une tendance générale en Europe : baisse de la fréquentation à l'accueil au profit du site toulouse-tourisme.com

Source : office de tourisme de Toulouse (2015-16)

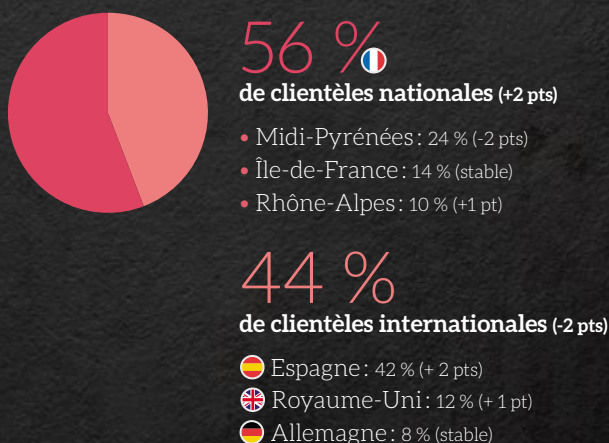


### Typologie des clientèles ... sur toulouse-tourisme.com



Source : Google Analytics - 2016

### ... et à l'accueil à l'office de tourisme



- Importance des clientèles espagnoles en fin d'année : 58 % des clientèles étrangères en novembre (+23 pts) et 75 % en décembre (+17 pts). Ouverture de la ligne Ryanair.
- Baisse de 1 point des clientèles nord-américaines et japonaise due aux attentats.

Source : office de tourisme - 2015-16

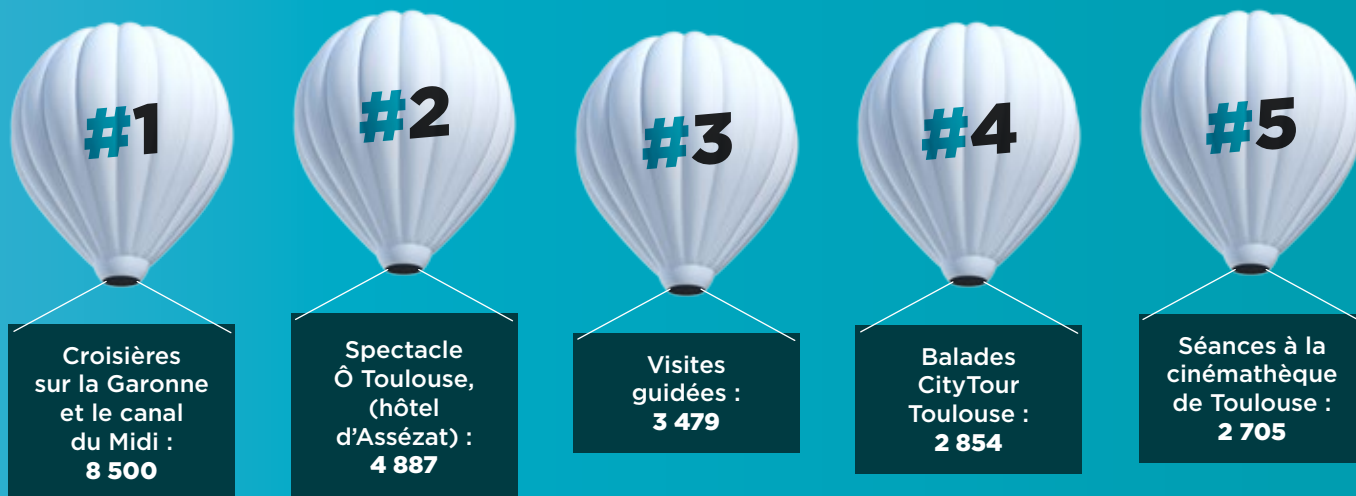
# Agence d'attractivité Tourisme

**Une offre de produits  
adaptée à la demande**

**CENTRALE DE RÉSERVATIONS :  
L'OFFICE APORTEUR D'AFFAIRES  
POUR LA DESTINATION**

26 197 activités  
touristiques  
vendues (+56 %)

Top 5 des ventes  
(nombre de personnes)



Source : office de tourisme - City Break (2015-16)

## Une activité réceptive qui se réinvente

- Plus de 100 thèmes de visite proposés pour le grand public avec de nombreuses nouveautés
- 721 visites guidées, circuits et conférences (+4 %)
- 54 317 clients (groupes et individuels)

## Pass tourisme : création d'un produit adapté à la saisonnalité

- Multiplication par 2 des ventes du pass tourisme (5 000 ventes)
- Plus de 15 000 visites générées dans les sites partenaires

## Boutique : des ventes en baisse

- Baisse de fréquentation du donjon (tendance générale des offices de tourisme)
- 14 909 ventes à la boutique
- Chiffre d'affaires : 155 000 € (-17 %)
- Panier moyen : 10,40 €

Source : office de tourisme - 2015-16







## Une coordination des acteurs locaux pour le développement touristique

### Ateliers professionnels du tourisme (portage office de tourisme et CCIT)

Plus de 200 participants / 8 thèmes / 120 personnes sur les 2 ateliers consacrés à l'Euro 2016 / 88 % de taux de satisfaction

### Accompagnement des professionnels au quotidien

Aide à la traduction / Co-rédaction et validation de commentaires / Séances de co-working / Newsletter / Conseils sur les attentes des visiteurs

### Collaboration active avec les services de la métropole pour la mise en tourisme de la destination

- Ateliers du patrimoine, projet de classement Unesco
- Signalétique, accueil des autocars
- Développement du tourisme autour du canal et de la Garonne
- Projet d'application numérique autour des commerces
- Réflexion et échange sur le sans-contact (NFC) et les systèmes de billetterie

### Coordination des actions avec les institutionnels et avec les destinations voisines

(chambre de commerce et d'industrie de Toulouse, aéroport de Toulouse-Blagnac, Comité régional du tourisme d'Occitanie, Comité départemental du tourisme de la Haute-Garonne, Club hôtelier toulousain, Montpellier, Carcassonne, Albi...).

### Mise en avant des offres de la destination

- Près de 3 000 prestataires recensés dans la base de données.
- Les offres des prestataires sont traitées en temps réel et mises en avant sous différentes formes : agenda culturel en ligne, posts sur les réseaux sociaux, articles dont le contenu s'adapte à la saison et à la demande des visiteurs (« 60 activités en famille », « Transats dans la ville », « Carnaval à Toulouse », etc.).

### Travail collaboratif avec les partenaires touristiques sur TripAdvisor

afin de rentrer la destination dans le top 10 des destinations françaises : +55 000 avis déposés en un an.

**MEILLEURE CONNAISSANCE DE LA DESTINATION,  
GRÂCE À LA MISE EN PLACE D'UN BAROMÈTRE PARTAGÉ  
AVEC LES ACTEURS TOURISTIQUES**

**TOULOUSE.TOURISMBAROMETER.COM**



20 partenaires  
touristiques impliqués



Envoi mensuel d'une note sur les indicateurs touristiques à plus de 100 professionnels reprenant les chiffres clés du secteur.

# Agence d'attractivité Congrès

## Chiffres clés



4 secteurs d'intervention :  
association (congrès, assemblée générale, rencontres...),  
corporate (incentive, réunions, séminaires), salons et  
manifestations copilotés (Emtech...)



1 nouveau secteur  
d'intervention fin 2016 :  
intégration du bureau  
des tournages



4 canaux de commercialisation :  
salons, workshops, rendez-vous  
d'affaires, rencontres en face  
à face (sales missions agence  
et congrès)



Augmentation de 29 %  
de dossiers traités  
par le convention bureau  
(484 en 2016)



343 000 journées  
congressistes  
traitées en 2016



20 millions d'euros  
de retombées (projets  
confirmés) sur la base  
d'une méthodologie ICCA



Toulouse est classée  
4<sup>e</sup> ville de France en terme  
d'accueil de manifestations  
internationales

Source : Agence d'attractivité Congrès (2016) - ICCA (2015)

## UNE COLLABORATION ÉTROITE AVEC LES GRANDS ORGANISMES MONDIAUX DANS LE SECTEUR DES CONGRÈS ET CONVENTIONS

- International Congress and Convention Association (ICCA) - 90 pays  
1 000 membres
- GSCA (Global Science and Convention Alliance) - co-fondé par le convention bureau à Toulouse
- Association internationale des villes francophones de congrès (AIVFC)  
50 destinations
- France congrès et événements  
50 villes et métropoles
- Atout France

Source : convention bureau - 2015-16





# Corporate

## Un accompagnement régulier des porteurs de projets

Convention, incentive, présentation de produits, séminaire, séminaire résidentiel, soirée

175

projets traités  
par le convention bureau  
(184 en 2015)

63 344

journées congressistes  
(+1 % par rapport à 2015)

36 628

nuitées congressistes  
(+19 %)

37 612

personnes accueillies  
(-3 %)

- 25 % international
- 75 % national

4 022 400 €

de retombées économiques  
sur la destination  
(projets confirmés)

Périodes de  
fortes activités

janvier, février, avril, mai et juillet

Entre 2  
et 3 jours

Durée moyenne  
des manifestations

Top 2

des secteurs représentés

- Réunion interne ou commerciale
- Réunion d'affaires sur les thèmes de l'aéronautique et du spatial

Source : convention bureau - 2015-16



# Association

## Un développement soutenu de l'accueil et de l'ancrage de grands congrès scientifiques internationaux

### Congrès

309

projets traités  
par le convention bureau  
(192 en 2015)

279 277

journées congressistes  
(+68 % par rapport à 2015)

211 319

nuitées congressistes  
(+82 %)

292 993

personnes accueillies  
(+342 %)

- 83 % international
- 17 % national

16 527 750 €

de retombées économiques  
sur la destination  
(projets confirmés)

Périodes de  
fortes activités

juin, juillet, septembre et octobre

Entre 3  
et 4 jours

Durée moyenne  
des manifestations

Top 3

des secteurs représentés

- 50 % congrès scientifiques académiques
- 20 % médical et santé
- 15 % aéronautique, informatique et économique

Source : convention bureau - 2015-16







© Ville de Toulouse - P. Nin

# Un démarchage actif d'entreprises au national et à l'international

Présence sur 4 salons majeurs : 244 nouveaux contacts générés

## Avril

Congrès Imex Franckfort

International

> 85 contacts générés

(+26 % par rapport à 2015)

## Juin

Meeting Show

Royaume-Uni

> 29 contacts générés

(-3 % par rapport à 2015)

## Septembre

Congrès Réunir

National

> 70 contacts générés

(+6 % par rapport à 2015)

## Novembre

Congrès IBTM

Royaume-Uni

> 60 contacts générés

(-47 % par rapport à 2015)



## Activités rendez-vous d'affaires

8 workshops

(6 en Angleterre,  
1 en Belgique,  
1 en France)

Plus de  
200 rendez-vous  
en face à face

2 sales missions  
communes avec  
les partenaires  
du convention bureau

(hôtels, lieux...)

Source : système de gestion de So Toulouse,  
dossiers traités par le convention bureau - 2015-16

806 nouveaux contacts générés en 2016 (698 en 2015, soit +15 %)



# Agence d'attractivité Congrès

**Accompagnement de candidatures  
et copilotage d'événements majeurs**



## EmTech France

2<sup>e</sup> édition du plus important rendez-vous à propos d'innovation et d'entrepreneuriat organisé par le MIT Technology Review du Massachusetts Institute of Technology.

### RÔLE DU CONVENTION BUREAU :

- Partenaire fondateur du congrès EmTech France
- Fédérateur de nombreux partenaires : Airbus, EDF, Orange, Engie, Enedis, Pierre Fabre, Siemens, Veolia, Zefil, Cap Gemini, Le Groupe La Poste, GA, la Caisse des Dépôts et Consignation et Toulouse Métropole
- Public : scientifiques, chercheurs, dirigeants et entrepreneurs
  - 60 speakers et influenceurs (France, Europe et États-Unis)
  - 505 conférenciers avec plus de 20 % de présence internationale



## Toulouse Onco Week

Semaine dédiée à la lutte contre le cancer par le centre de recherche en cancérologie de Toulouse (CRCT).

### RÔLE DU CONVENTION BUREAU :

- Soutien de l'Inserm et du CRCT pour la tenue de cette manifestation
- Rôle fédérateur avec les différents organismes qui travaillent contre le cancer à Toulouse (recherche, cliniciens, institutionnels, industriels et académique)
- Public : chercheurs et scientifiques
- 424 participants - 200 articles de presse

Source : convention bureau - 2015-16

POUR  
2017

### JNLF 2017

21<sup>e</sup> édition des Journées de neurologie de langue française (du 28 au 31 mars).

### FABLAB FESTIVAL

(du 11 au 14 mai).

### IFAC 2017

20<sup>e</sup> congrès mondial de l'automatique (du 9 au 14 juillet).  
**> 3 000 participants attendus.**

### EEC 2017

Enzyme Engineering conference (du 24 au 28 septembre).

### EMTECH

Congrès EmTech France (10 et 11 octobre).

À venir !

## ESOF 2018



- **Accueil de la 8<sup>e</sup> édition d'ESOF (EuroScience Open Forum) en juillet 2018**
- **Plus grande rencontre interdisciplinaire sur la science et l'innovation en Europe**
- **1<sup>e</sup> édition en France**
- **Labellisation de Toulouse «Cité européenne de la science» pour l'année 2018**

### RÔLE DU CONVENTION BUREAU :

- Accompagnement dès la candidature et lors des visites d'inspection
- Copilote dans l'organisation de l'événement en sa qualité de partenaire principal

### PORTEFEUILLE DE TRAVAIL

**Congrès :** 41 891 550 € de retombées économiques (+74 %)

**Autres :** 9 423 750 € de retombées économiques sur la destination (+0,8 %)



# Agence d'attractivité Développement économique

**Prospection active d'entreprises à forte valeur ajoutée dans 2 secteurs prioritaires**

Invest in Toulouse fait le choix de prospecter dans les technologies émergentes et du futur. L'agence se place ainsi sur des projets économiques à haute valeur ajoutée qui seront les relais de croissance de Toulouse de l'après-demain.

## 1/ Numérique et nouvelles technologies

Prospection active d'entreprises développant des technologies disruptives ou nouvelles.

- Aéronautique, systèmes embarqués, spatial
- Drones, robotique
- Smart city
- Industrie 4.0
- Transports intelligents

## 2/ Sciences de la vie

- Medtech, dispositifs médicaux
- Dermo-cosmétique
- Biotech industrielles
- Services à la pharma

**Une activité intense de prospection internationale sur des événements spécialisés ou directement en B to B dans les entreprises cibles**



22 missions de prospections réalisées dans 7 pays (Allemagne, Espagne, États-Unis, Autriche, Grande-Bretagne, Japon, France)



315 rendez-vous d'entreprises et prospects réalisés



108 dossiers de propositions d'implantation réalisées



34 visites d'entreprises organisées sur Toulouse Métropole



17 projets implantés, 610 emplois créés d'ici trois ans

**TABLEAU D'ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ D'INVEST IN TOULOUSE**

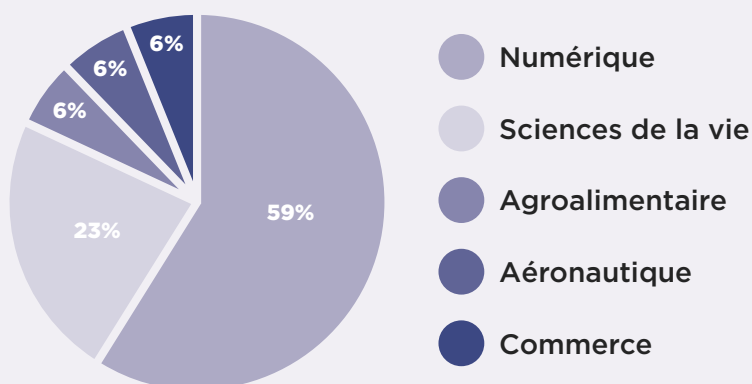
	2014	2015	2016
<b>Missions</b>	11	23	22
<b>Nombre de rendez-vous</b>	120	129	315
<b>Mises en relation</b>	3	25	274
<b>Dossiers d'implantation</b>	26	62	108
<b>Visites techniques</b>	11	17	34
<b>Projets implantés</b>	5	10	17
<b>Emplois créés d'ici 3 ans</b>	55	227	610

# Agence d'attractivité Développement économique

**Implantation de 17 projets exogènes à forte valeur ajoutée créant 610 emplois à terme**

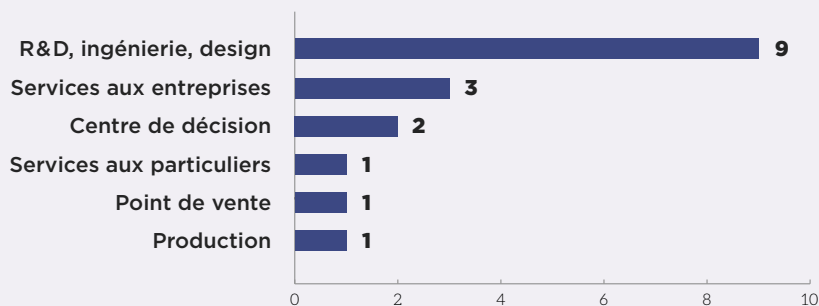
La majorité des implantations a concerné des projets liés au numérique (10) et aux sciences de la vie (4)

## RÉPARTITION PAR SECTEUR



Invest in Toulouse a attiré et accompagné une très grande proportion de projets en R&D

## NOMBRE DE PROJETS PAR FONCTION



Cette belle dynamique reflète la tendance générale de la hausse de la création de l'emploi privé sur l'aire urbaine de la métropole toulousaine avec +6 600 emplois créés en 2015 et +8 000 emplois sur les 9 premiers mois de 2016.

L'origine des projets confirme l'orientation de l'agence sur les projets internationaux : plus de la moitié des projets implantés proviennent d'entreprises à capitaux étrangers





# Un accompagnement déterminant pour les 17 entreprises implantées afin de performer et accélérer leur installation

Invest in Toulouse accompagne les entreprises exogènes dans toutes leurs étapes pour une implantation réussie : informations juridiques, fiscales ou sectorielles, recherche de locaux, recrutement, montage financiers, aides publiques, mises en relation...

## Toulouse Métropole



### 1 CLARIANT BIOPARC ONCOPOLE

Grand groupe suisse dans la chimie qui ouvre à l'Oncopole un centre de recherche sur les ingrédients pour la cosmétique. « Toulouse regorge d'experts en matière de cosmétologie, la richesse de la recherche académique a été un argument supplémentaire dans notre choix. Sur le Bioparc nous nous trouvons à quelques mètres des acteurs de référence du secteur et de nos potentiels clients. »

**Ernesto Horikoshi, Global Head of Clariant Active Ingredients**

### 2 DIVA EXPERTISE PÉPINIÈRE PIERRE-POTIERS

Biotech parisienne hébergée dans la pépinière de Toulouse Métropole à l'Oncopole. « Installés initialement à Paris, nous avons transféré en 2016 nos activités à Toulouse. En effet, les grandes thématiques de la recherche toulousaine correspondent à nos attentes. Nous avons aussi été séduits par la pépinière du centre Pierre-Potier, où nous bénéficions des meilleurs outils de travail. »

**Mayoura Kéophiphath, Fondatrice et PDG de DIVA Expertise**

### 3 NEXESS BLAGNAC

Société française de solutions de traçabilité d'objets par RFID (Radio Frequency Identification) qui ouvre un centre de R & D à Blagnac. « Être dans la ville la plus dynamique de France, au cœur d'un écosystème très favorable, c'était notre souhait. En outre, les équipes d'Invest in Toulouse ont joué un vrai rôle d'accélérateur pour trouver des locaux, nous aider à rencontrer les nombreux partenaires universitaires, avec lesquels nous collaborons dorénavant. »

**Frédéric Galtier, CEO de Nexess**

### 4 VOSAIC FRANCE TOULOUSE - CENTRE-VILLE

Société américaine spécialisée dans les technologies d'analyse vidéo et digitale qui s'installe dans le nouveau tiers-lieu « Village by CA Toulouse 31 ». « Pour la création de notre première filiale européenne, nous avons choisi Toulouse avec un tissu économique riche et surtout aux multiples facettes. Toulouse c'est aussi la garantie d'une bonne qualité de vie... »

**Alexandre Waquier, responsable de Vosaic France**

### 5 NEFAB BLAGNAC

### 6 SOC CGI (Extension) TOULOUSE - BASSO CAMBO

### 7 DATADVANCE PÉPINIÈRE BORDELONGUE

### 8 DENTSU AEGIS TOULOUSE - CENTRE-VILLE

### 9 EXCELIA BIOPARC ONCOPOLE

### 10 LDLC.COM TOULOUSE - BASSO CAMBO

### 11 « MOZZA » BEAUZELLE

### 12 ONEPOINT TOULOUSE - CENTRE-VILLE

### 13 « PAGE » TOULOUSE - CENTRE-VILLE

### 14 ROMEO SIERRA PÉPINIÈRE BORDELONGUE

### 15 VERNE GROUP BLAGNAC

### 16 WILD CODE SCHOOL TOULOUSE - CENTRE-VILLE

### 17 UNIQLO BLAGNAC

# Agence d'attractivité Développement économique

La prospection et la promotion internationale commencent à Toulouse sur ses événements internationaux d'envergure



La promotion économique de la destination Toulouse via ses 4 différents réseaux

## Le club des Ambassadeurs de Toulouse

### Lancement du club

- Organisation de la soirée de lancement au Capitole le 11 octobre 2016
- Réalisation d'un kit pour les ambassadeurs avec des outils de promotion et de communication

### Animation du réseau des 300 ambassadeurs

- Mise en place de la plateforme numérique des ambassadeurs
- Conception du contenu multimédia des newsletters
- Alertes sur l'actualité du territoire

### Recrutement

- Traitement personnalisé des demandes de nouveaux ambassadeurs

## La promotion de Toulouse auprès des universités locales et internationales

- Master 2 Biologie/Santé/Biotechnologies à l'Université Paul-Sabatier
- IAE, le numérique à Toulouse : semaine d'études sur l'innovation
- TSE, stand et intervention pour présenter Toulouse
- Université d'Utrecht : séminaire de développement économique

## Le pacte Airbus

**Accueil de salariés chinois**  
en formation, présentation de la ville et de la vie en France (13/10, 9/11 et 17/11)

## Les réseaux sociaux



1 107 abonnés  
**INVEST IN TOULOUSE**  
**@I2TOULOUSE**



310 abonnés  
**INVEST IN TOULOUSE**



Missions de conseil et d'aide à la décision sur les filières d'excellence, notamment numérique et sciences de la vie



French Tech



Oncopole

Smart City

Les pépinières et accélérateurs d'entreprises

SOTE/Quartiers en devenir

Le campus d'innovation  
Toulouse Aerospace

Marketing territorial  
pour MIPIM/SIMI

Les projections  
2017

- Implantation et suivi d'Hyperloop TT
- Renforcement de la prospection sur les nouvelles tendances : biotech industrielles, transports du futur et industrie 4.0
- Nouveaux axes stratégiques de l'Oncopole

# L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ EN ORDRE DE MARCHÉ POUR 2017



Une feuille de route, un plan stratégique et un calendrier validés fin 2016



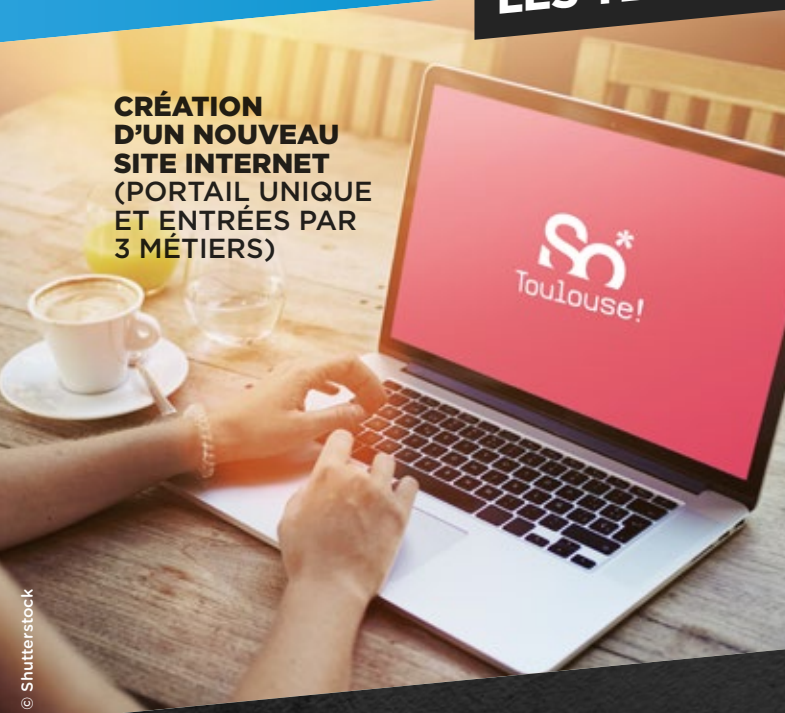
Des études qualitatives et quantitatives produites en 2016 qui éclairent le parcours et la réflexion en matière de marketing territorial



Une campagne de communication en préparation programmée au printemps 2017 afin de soutenir la notoriété du territoire

## LES TEMPS FORTS DE 2017

**CRÉATION  
D'UN NOUVEAU  
SITE INTERNET  
(PORTAIL UNIQUE  
ET ENTRÉES PAR  
3 MÉTIERS)**



**CAMPAGNE DE  
COMMUNICATION**



Le rapport d'activité complet est **disponible par simple demande** à [secretariat@toulouse-tourisme.com](mailto:secretariat@toulouse-tourisme.com)  
Retrouvez le baromètre touristique sur [toulouse.tourismbarometer.com](http://toulouse.tourismbarometer.com)

**So Toulouse**  
**Agence d'attractivité**

1, allée Jacques-Chaban-Delmas  
31500 Toulouse  
Tél. 05 34 25 58 20  
[www.sotoulouse.com](http://www.sotoulouse.com)