

Toulouse[®]

RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2025

L'essentiel

Toulouse Team est l'acteur numéro un de la promotion des atouts de la métropole en France et à l'étranger. La complémentarité des métiers de l'Office de tourisme, de Meetings, d'Invest et du Bureau des tournages, tous mobilisés pour prospecter et accueillir des publics extérieurs créateurs de richesses pour le territoire, donne naissance à un 5^e métier: celui du marketing territorial de Toulouse.

Toulouse Team est constituée en société publique locale (SPL), dont les actionnaires sont Toulouse Métropole à hauteur de 80 % et la Mairie de Toulouse (20 % restants).

L'agence exerce ses différentes compétences en application d'une convention cadre signée avec Toulouse Métropole.

Le **Conseil d'administration** est composé de huit élus représentants Toulouse Métropole et deux élus représentants la Mairie de Toulouse. Il détermine les orientations de l'activité de la société, en fonction des stratégies définies par les collectivités territoriales actionnaires et veille à leur mise en œuvre.

Le **Conseil consultatif des professionnels** est une instance officielle, coanimée avec la CCI de Toulouse, destinée à assurer une mission consultative auprès du Conseil d'administration de Toulouse Team et à formuler des avis permettant d'éclairer sa stratégie et ses actions. Ce conseil est constitué de douze filières représentatives des secteurs d'activité de l'agence: sites touristiques, produits touristiques, hôtels, restaurateurs, transporteurs, agences professionnelles d'organisation de congrès (PCO) et agences spécialisées, lieux de réception, centres de congrès et parcs d'exposition (Venues), traiteurs, prestataires techniques de l'événementiel et des tournages, entreprises industrielles et de services aux entreprises, enseignement supérieur et organismes de recherche ou d'innovation, start-ups et pépinières d'entreprises.

SOMMAIRE

| | |
|-----------|--------------------------------|
| 03 | Les métiers de l'agence |
| 04 | Les temps forts 2025 |
| 06 | Toulouse Team |
| 08 | Office de tourisme |
| 10 | Meetings |
| 12 | Invest |
| 13 | Bureau des tournages |
| 14 | Les actions promotion / presse |
| 15 | Les temps forts 2026 |

UNE ÉVOLUTION STATUTAIRE POUR AFFIRMER UNE ATTRACTIVITÉ RESPONSABLE

Pour porter une attractivité à la fois plus responsable, plus équitable et plus ancrée localement, Toulouse Team évolue vers un statut de **société à mission**. Cette évolution constitue le socle du **Schéma Directeur de l'Attractivité Durable** (SDAD) établi en 2025, et confirme la volonté de Toulouse Team de traduire concrètement ses engagements sociaux, environnementaux et territoriaux dans son fonctionnement, sa gouvernance et ses modes d'action.

5 métiers 60 salariés

1 Toulouse ^{Team} Marketing territorial

- Promouvoir et partager une marque territoriale au positionnement clair.
- Nourrir la notoriété sur nos 4 publics et 4 pays cibles : France, Royaume-Uni, Allemagne et Espagne.
- Intensifier nos actions au niveau international en collaboration avec la Région, notamment en développant des relations ciblées avec la presse.
- Animer le réseau des Ambassadeurs et le tissu socioprofessionnel.

2 Toulouse ^{Team} Tourisme

- Accueillir et conseiller les visiteurs, leur offrir des services adaptés à leurs besoins.
- Mobiliser les acteurs publics et privés pour offrir aux visiteurs la meilleure expérience de visite possible.
- Valoriser le territoire au travers des visites guidées et des activités de découverte.
- Favoriser l'augmentation de la fréquentation touristique de la métropole par le biais d'actions de promotion.

3 Toulouse ^{Team} Meetings

- Informer, attirer, accompagner les porteurs de projets d'évènements professionnels :
 - portés par le secteur associatif, fédérations : congrès nationaux, congrès internationaux à fort contenu scientifique, tournants ;
 - portés par le secteur privé (corporate) : évènements MICE (conventions, séminaires).

4 Toulouse ^{Team} Invest

- 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.

5 Toulouse ^{Team} Bureau des tournages

- Accueillir, faciliter les repérages et les tournages.
- Aller au-devant des prescripteurs pour positionner Toulouse comme un lieu de tournage dans l'objectif de développer la notoriété et l'image de Toulouse.

**CHAQUE ANNÉE
EN JUIN,
À L'OCCASION
DU FORUM**

AttractiCité ^{Team}

**L'AGENCE INVITE
L'ENSEMBLE DE
SES PARTENAIRES
À DISCUTER ET
À ÉCHANGER SUR
DES SUJETS EN
LIEN AVEC SES
MÉTIERS.**

Les temps forts

DE TOULOUSE TEAM EN 2025



Janvier

- Toulouse classée 1^{re} ville parmi les 10 destinations tendances à visiter en 2025, selon le Lonely Planet. **[1]**

Février

- Lancement du programme « Toulouse Inspirante », un programme de visites à l'attention des professionnels de l'audiovisuel.
- Lancement des animations autour des « 500 ans du Donjon » avec un programme tout au long de l'année. **[2]**
- Siemens Healthineers choisit Toulouse pour son usine de produits de contraste pour l'imagerie de précision en oncologie.

Mars

- 4^e promotion des Toulouse'elles: 8 Ambadrices issues d'univers variés animées par le même objectif, faire rayonner Toulouse avec cœur et conviction. **[3]**

Avril

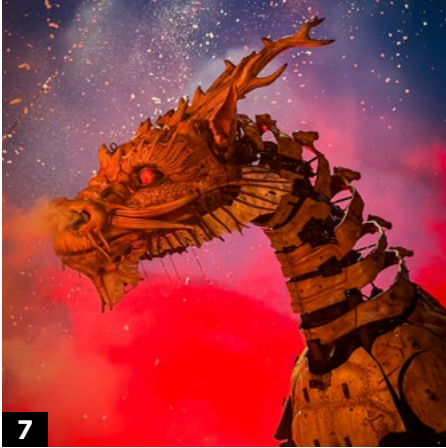
- 43rd Meeting of the European Paediatric Orthopaedic Society (EPOS), 900 participants.
- Obtention de la certification ISO 20121 par Toulouse Team.

Mai

- International Conference on Multiphase Flow (ICMF), 1200 participants.
- Lancement de la première enquête auprès des habitants (en lien avec le schéma directeur de l'attractivité durable).

Juin

- Forum Attractivité organisé par Toulouse Team, 35 participants. **[4]**
- Ouverture d'une ligne aérienne directe vers Oslo.
- 86th EAGE Annual Conference & Exhibition, 5100 participants.
- Annual Scientific Meeting of the European Society of Musculoskeletal Radiology / SIMS (ESSR/SIMS), 1300 participants.
- 1^{re} édition des Rencontres Exceptionnelles du Cinéma (REC), 300 participants, 14 ateliers, 50 exposants. **[5]**
- Lancement du pass Toulouse+ en collaboration avec Toulouse Métropole. **[6]**
- Skeleton ouvre son centre de R&D de stockage d'énergie à haute puissance.



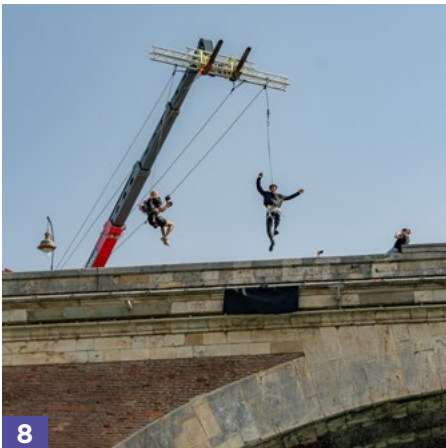
7



9



11



8



10



12

Juillet

- 15 et 16/07, passage du Tour de France à Toulouse.
- Retour de Long Ma, la jument-dragonne, à la Halle de la Machine. **[7]**

Août

- Tournage de la série *La Cible* avec Tomer Sisley. **[8]**

Septembre

- Audit Destination d'Excellence, le meilleur score de l'histoire de l'agence, atteignant 89,6 % pour l'engagement RSE et 92,4 % pour la qualité.
- La Solive et L'Étincelle ouvrent leurs écoles dédiées à la préparation de techniciens spécialisés dans les métiers de la transition énergétique.

Octobre

- Ouverture d'une ligne aérienne directe vers Prague.
- Assemblée des Intercommunalités de France (ADCF), 1840 participants.
- Accueil de l'Alliance Française de Washington par Toulouse Team.
- Garmin déploie une entité sur Toulouse dédiée à la conception d'une nouvelle avionique.

Novembre

- Lancement du SDAD (Schéma Directeur de l'Attractivité Durable) impulsé par Toulouse Team.

Décembre

- Réouverture du musée des Augustins et de la galerie Le Château d'Eau. **[9] [10]**
- Exposition Jean-Charles de Castelbajac aux Abattoirs. **[11]**
- Soirée annuelle des Ambassadeurs, organisée par Toulouse Team.
- Soirée « Bienvenue mon canard! », organisée par Toulouse Team Invest. **[12]**

Toulouse Team

COMMUNICATION ET MARKETING TERRITORIAL

Plan d'actions de promotion conjoint avec Haute-Garonne tourisme



5 marchés prioritaires



25 actions conjointes

La campagne en collaboration avec la SNCF,

réalisée en fin d'année

- 6 M d'impressions sur les campagnes web,
- 2 M d'impressions sur les réseaux sociaux,
- + de 2 M de personnes touchées sur 4 semaines de campagne

Opération menée avec 10 influenceurs,

- 2,3 M de personnes touchées (posts et stories)

Ambassadeurs



Animation d'un réseau de



630
ambassadeurs
installés dans **52** pays

Gestion de la stratégie digitale et du contenu des réseaux sociaux

Déclinaison de la nouvelle identité graphique sur l'ensemble des réseaux.



Toulouse Team  Agence

- 1 sponsorship
- 7 445 abonnés
- 199 316 impressions

Les réseaux sociaux par métier



Obtention de la **certification Meta** sur FaceBook Toulouse tourisme et Instagram @visitezoulouse

OFFICE DE TOURISME

- 34 campagnes et sponsorisations
- 22 330 000 impressions

MEETINGS

- 9 campagnes et sponsorisations
- 1802 500 impressions sur la page LinkedIn Toulouse Team Meetings



Un record depuis la création de la page

INVEST

- 2 sponsorisations sur LinkedIn

BUREAU DES TOURNAGES

- 3 campagnes et sponsorisations
- 115 400 impressions sur Instagram (+200 % vs 2024)

CLUB DES AMBASSADEURS

- 199 372 impressions sur la page LinkedIn (+60 % vs 2024)

FRÉQUENTATION DE LA DESTINATION

Parc hébergements marchands



HÔTELS

132 structures

8 600 chambres



RÉSIDENCES

46 structures

4 410 chambres



MEUBLÉS

6 773

annonces
actives

+ 5 M
de nuitées
marchandes

79 %
FRANÇAIS

21 %
INTER-
NATIONAUX

Hôtels et résidences

Nuitées marchandes | **3,2 M**
(= 2024)Taux d'occupation | **64 %**
- 0,4 pts vs 2024RevPAR (HT) | **55,2 €**
- 2,3 % vs 2024Prix moyen (HT) | **86 €**
- 1,7 % vs 2024

Meublés de tourisme

Nuitées marchandes | **1,6 M**
vs 1,4 en 2024

57 %
taux d'occupation
les week-ends

2,1 M
nombre de
nuitées sur la
saison estivale
(vs 1,9 M
en 2024)

4 Mde visiteurs dans
les sites touristiques*

Basilique Saint-Sernin

974 300

+8 % vs 2024

Cité de l'espace

394 200

-13 % vs 2024

Couvent des Jacobins

351 700

-22 % vs 2024

Halle de la Machine

322 200

+14 % vs 2024

Muséum d'Histoire Naturelle

310 200

+7 % vs 2024

* sites touristiques : musées, monuments
et attractions loisirs hors Let's Visit Airbus.



Office de tourisme

ACCUEIL ET INFORMATIONS TOURISTIQUES

Accueil physique au Donjon du Capitole



264 423

visiteurs

-14,5 % vs 2024 | -9 % vs 2019

dont **116 885**
l'été (01/06 - 30/09)

-13 % vs 2024



Top 5 des clientèles nationales:

- Haute-Garonne: 18 %
- Paris: 4 %
- Loire-Atlantique: 4 %
- Rhône: 3 %
- Hérault: 3 %



Top 5 des clientèles internationales:

- Espagne: 25 %
- Royaume-Uni: 5 %
- Canada: 4 %
- Allemagne et Belgique: 3 %
- États-Unis: 2 %

PASS TOURISME



5 258 ventes
-1 % vs 2024

PASS EXPLORATEURS



1 196 ventes
+85 % vs 2024

PASS TOULOUSE +



1 126 ventes
NOUVEAU PRODUIT
de l'Office de tourisme
en 2025

8,2/10

satisfaction
client, note
Fairquest

103 523 avis
déposés sur
Booking, Google,
Hotel.com,
Tripadvisor,
Expedia, etc. et
207 établissements
suivis.

Newsletter
« l'agenda
du week-end »

42 554
abonnés
+45 % vs 2024

3 M
de visites
sur le site internet
de l'office

-2 % au global vs 2024.
Une baisse due à l'absence
de grandes campagnes
en 2025.
+10 % de visites issues
du référencement
naturel.

+ de 200 professionnels présents

lors des différents ateliers
proposés avec la CCI
Toulouse Haute-Garonne



Faits marquants à l'Office de tourisme

↓
**Journées
Européennes
du Patrimoine**

Du 21 au 22/09

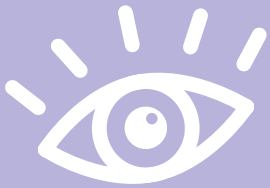
3 951
visiteurs

↓
**Pont de la
Constitución
en Espagne**

Du 5 au 8/12

5 024
visiteurs

dont le pic
de l'année le
6 décembre avec
2 103 visiteurs



VISITES GUIDÉES

100
thématiques de
parcours proposées
(5 % de renouvellement annuel)

+ de 17 000
participants individuels
aux visites guidées
(+1% vs 2024)

+ de 1900
groupes accueillis
(environ 48 000 pers.)

NOUVEAUTÉS 2025

« C'est beau
Toulouse la nuit »,
et « I principali
monumenti
di Tolosa »

Destination d'excellence



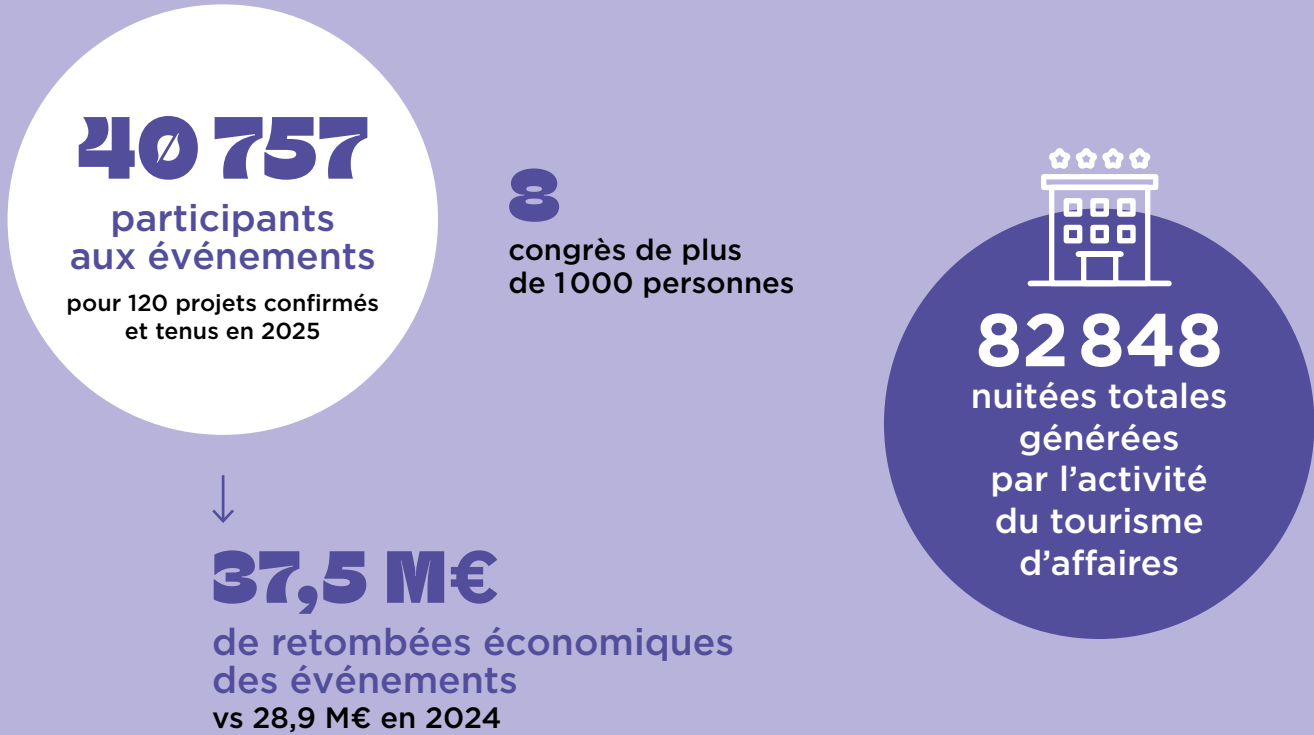
• **Obtention du label national
Destination d'Excellence
le 28/11/2025**

2 piliers:
Qualité 92,4 % et
écoresponsable 89,6 %

• **Google My Business 4.5
(+0,2 % vs 2024)
TOP 1 du cluster
des Offices de France**

Meetings

Les chiffres représentent les résultats des projets suivis par le service Toulouse Team Meetings et tenus en 2025.



Source: Toulouse Team Meetings - 2025

BAROMÈTRE DU TOURISME D'AFFAIRES - 2025

Mesurer l'activité de la filière événementielle sur le territoire, portée par les événements professionnels.



* ISO groupe signifie que les données se basent sur un panel constant d'une trentaine de répondants entre 2024 et 2025. Cela permet d'observer les variations de l'activité à périmètre constant.

Source: baromètre du tourisme d'affaires - Coach Omnium - 2025

PROJETS SUR L'ANNÉE 2025 ET LES ANNÉES À VENIR

Congrès



352

demandes accompagnées
vs 353 en 2024

État des projets



40 %
confirmés
/gagnés



7 %
candidatures



14 %
repérés



39 %
perdus

Année de tenue des manifestations

2025 | 36 %
2026 | 36 %
2027 | 17%

2028 | 8%
2029 | 1%
2030 | 1%

Corporate



176

demandes accompagnées
+7 % en 2024

État des projets



35 %
Gagnés



9 %
propositions
commerciales



56 %
perdus

Année de tenue des manifestations

2025 | 57 %
2026 | 39 %
2027 | 4 %

ANIMATION DU TERRITOIRE SOUS L'ANGLE TOURISME D'AFFAIRES



121

partenaires (*)



3

**réunions
partenaires
organisées**

* nombre de signataires du pack business
au 31/12/2025

Source: Toulouse Team Meetings, 2025



Invest



680

emplois créés à 3 ans



Accueil et accompagnement de projets d'implantation



555

rendez-vous et mises en relation à Toulouse avec l'écosystème local

105

visites d'entreprises pour étudier la faisabilité de leur implantation

225

dossiers traités

27

nationalités reçues



30 projets en lien avec les filières prioritaires



Santé | 6

Numérique | 4

Automobile | 1

Spatial | 6

Aéronautique | 4

Environnement | 1

Énergie | 5

Formation | 3

73 %

des projets concernent la R&D et l'ingénierie

Bureau des tournages

163
projets réalisés

353
jours de tournage



13
émissions de télé

Émission TV
Le Tour de France
Diffusion sur la chaîne néerlandaise NOS

Série
« La Cible »
Diffusion sur TF1

Publicité
Red Bull
avec Romain Ntamack

Autres types de projets



Projets étudiants | 60

Publicités | 18

Clips vidéo | 15

Courts métrages | 15

Documentaires | 13

Shootings photo | 12

Films institutionnels | 10

Web séries, nouveau format,
contenu réseaux sociaux | 4

Reportages | 2

Série | 1

Les actions

PROMOTION / PRESSE DE L'AGENCE

73

actions de promotion et de prospection

55

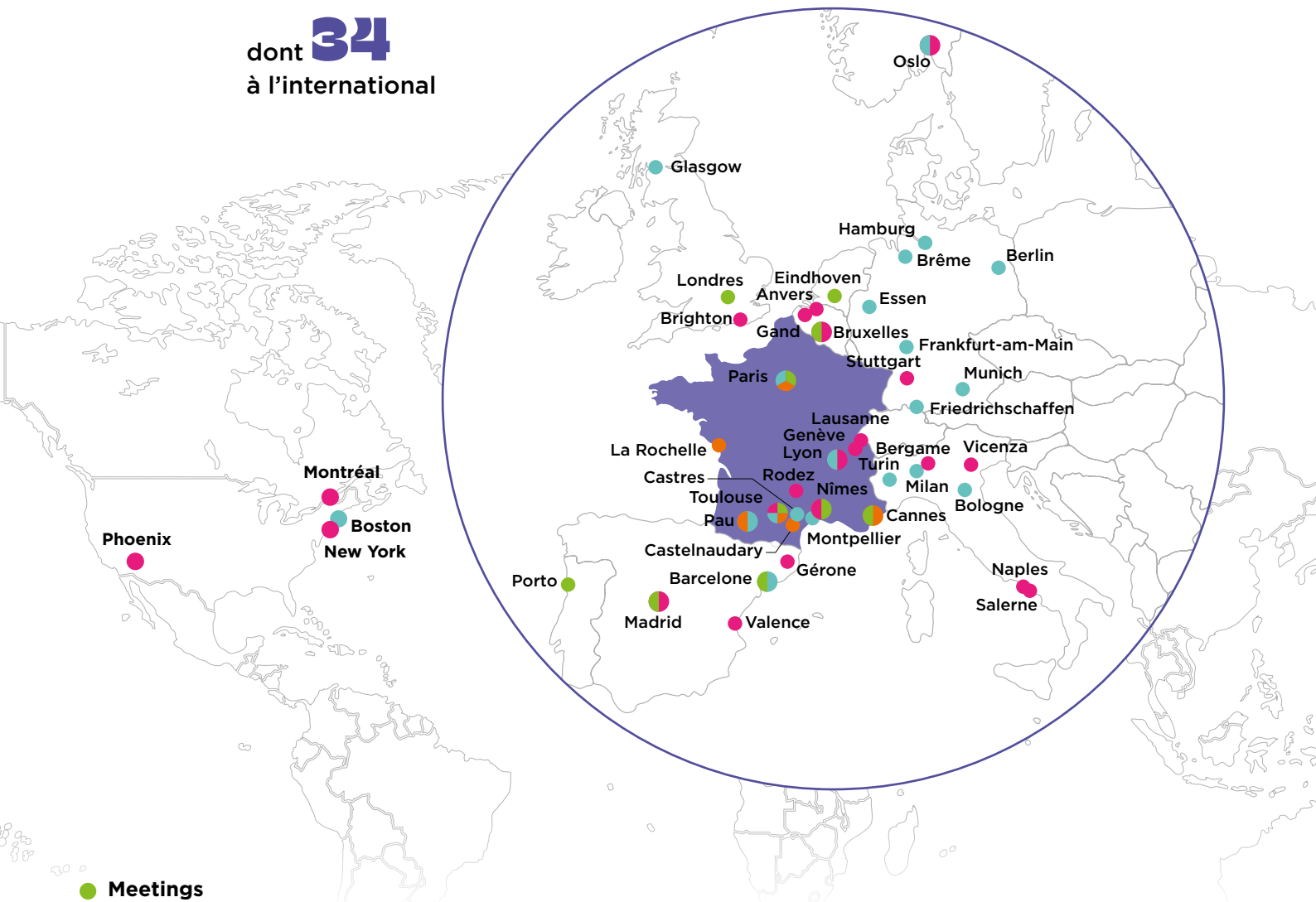
accueils presse

85

médias



dont **34**
à l'international



- Meetings
- Invest
- Office de tourisme
- Bureau des tournages

Les temps forts 2026

Tout au long de l'année

- 30 ans du classement Unesco pour le canal du Midi

Janvier

- Arrivée du Beluga au musée aerospacia
- Salon international Biothérapies Days
- Inauguration du centre d'excellence sur le spatial de l'OTAN

Février

- Aeroflorale II à la Halle de la Machine **[1]**
- 1^{re} participation au marché du Film Court lors du Festival du Court Métrage à Clermont-Ferrand

Avril

- Exposition « Biomimétisme » aux Abattoirs en partenariat avec le Quai des Savoirs pour leurs 10 ans **[2]**
- Exposition « Gaulois mais Romains! Chefs-d'œuvre du musée d'archéologie national » au Musée Saint-Raymond

Juin

- Le Nouveau Printemps, artiste invitée Rossy de Palma **[3]**
- Salon Space Summit for a Resilient Future

Juillet

- 2^e édition des Rencontres Exceptionnelles du Cinéma (REC) **[4]**
- Du 6 au 10 juillet: congrès World Conference on Transport Research
- Du 15 au 18 juillet: congrès Urban Sketchers

Septembre

- Ouverture du CIAP (Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine)

Octobre

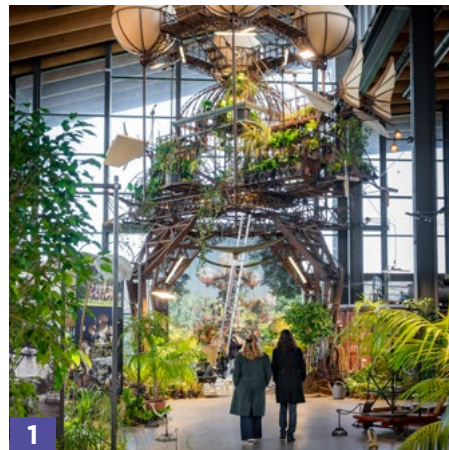
- Exposition Joan Miró aux Abattoirs
- Réouverture du Quai des Savoirs avec un nouvel auditorium de 120 places
- Du 21 au 23 octobre: convention nationale des avocats

Novembre

- Marathon Run experience dans les rues de Toulouse **[5]**
- Exposition « Bal au grand hôtel » aux Jacobins

Décembre

- Salon Aéromart



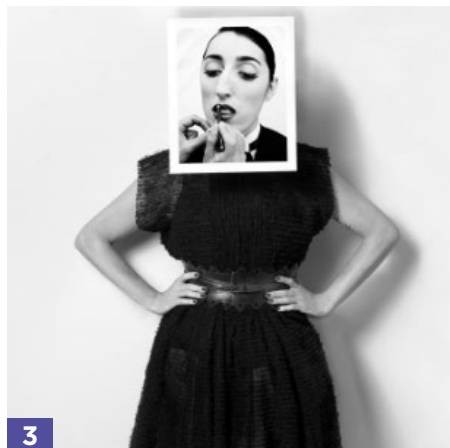
1

© Rémi Deligeon

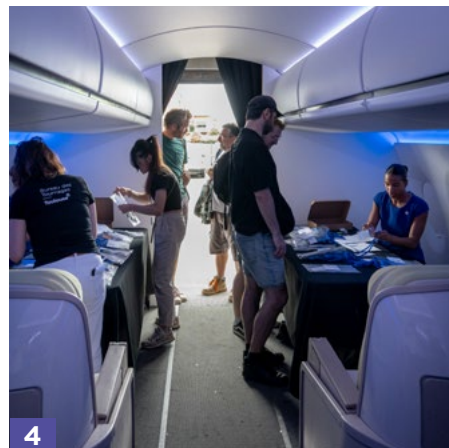


2

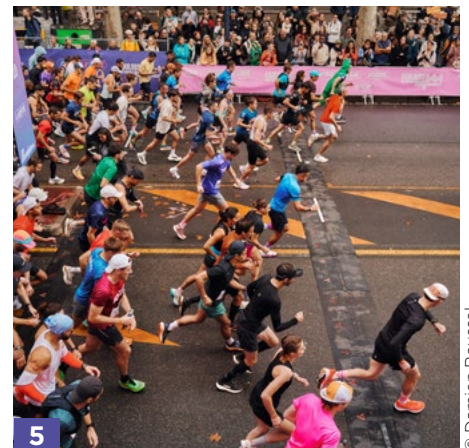
© Rémi Deligeon



3



4



5

© Damien Roussel

Toulouse Team
2, rue Alsace-Lorraine
31000 Toulouse
toulouse-team.com
Tél. 0534255820

Toulouse **Team**
Tourist Office
Meetings
Invest
Filming

