



Brochure été 2020

Plan de communication  
de relance

# LE DÉPARTEMENT À LA RELANCE

- 3 Soutenir**  
la commande publique
- 4 Initiative Pyrénées**  
met en place un fonds d'urgence
- 5 Tourisme**  
Un plan de reprise ambitieux
- 8 L'ADAC**  
Premier soutien des collectivités

**M**algré le confinement, tenter de garder l'élan car l'immobilisme n'est ni un projet, ni un avenir... Face à la catastrophe, ne céder ni à la peur, ni au repli sur soi, préserver nos ambitions pour le développement de notre territoire. Ne rien négliger du sanitaire mais protéger l'économie qui est aussi la vie. C'est l'état d'esprit qui m'anime et que je partage avec les partenaires du Département : HPTÉ, Initiatives Pyrénées, l'ADAC.

C'est cet état d'esprit qui a inspiré nos actions au niveau du Conseil Départemental pour maintenir la commande publique, faciliter la reprise des chantiers et relancer les investissements. Il inspire aussi l'action de nos partenaires pour soutenir les acteurs et la destination touristiques, pour aider le tissu commerçant fortement exposé, et pour renforcer l'aide aux collectivités.

C'est en continuant à avancer ensemble comme nous savons le faire avec mes collègues élus du Conseil Départemental que nous accompagnerons toutes les belles énergies de notre territoire dans leur volonté de rebondir.

Michel PÉLIEU  
Président du Département  
des Hautes-Pyrénées

Le Département et ses organismes associés ont été à pied d'œuvre tout au long de la crise. Ils ont pris des mesures pour accompagner les acteurs économiques, touristiques et les collectivités locales du territoire, soutenir la commande publique et préparer la reprise.

## SOUTENIR LA COMMANDE PUBLIQUE

► Pour faciliter la reprise des chantiers et des investissements sur le territoire, le Département a maintenu ses efforts sur la commande publique :

Depuis le 17 mars :

- Plus de **6,5 € M€ HT** ont été engagés pour les opérations relatives au bâtiment
- **5,5 M€ HT** ont été attribués aux collectivités (communes, EPCI...) au titre du FAR générant **18 M€ d'investissement**



- En ce qui concerne l'entretien des routes, **21 consultations** ont été lancées pour un montant total estimé de **11,4 M€ HT** (petites consultations non-prises en comptes) et **92 commandes** ont été engagées sur les marchés existants pour un montant total de **8,7 M€ HT**.

### Avance sur trésorerie pour les entreprises

Dans le cadre d'une procédure prévue par le Code des Marchés publics, le Département propose aux entreprises titulaires d'un marché public d'effectuer un versement d'avance à toute exécution de prestations.

**Objectif :** leur permettre de faire face aux premières dépenses du marché.

# INITIATIVE PYRÉNÉES MET EN PLACE UN FONDS D'URGENCE

► Un fonds d'urgence Initiative Pyrénées a été créé pour venir en **aide aux commerçants et artisans les plus touchés par la crise**. Le soutien prend la forme d'une aide en trésorerie par le biais d'un prêt d'honneur personnel à 0 % d'un montant de 2 000 à 10 000€ maximum avec un différé de 12 mois en complément des aides de l'État et de la Région.

La mise en place de ce fonds a été communiquée aux EPCI, aux chambres consulaires, ainsi qu'à tous les partenaires d'Initiative Pyrénées et du Département. Le premier comité d'engagement s'est tenu le 20 Mai pour instruire le premier dossier avec un déblocage des fonds prévu 6 jours plus tard.

Autres mesures :

- Depuis le 1<sup>er</sup> avril, les **remboursements des prêts aux 350 entreprises accompagnées** par Initiative Pyrénées **sont suspendus pour une durée de 6 mois**.
- Les entreprises ont été contactées et informées sur tous les dispositifs d'aide financière existants. Elles sont accompagnées pour mobiliser des

Prêts garantis par l'État (PGE) ainsi que des fonds de solidarité mis en place par l'État et la Région.

Accompagnement à la reprise d'activité

- **Une commande de 2 000 masques a été effectuée pour les 350 entreprises** et livrée la semaine du 5 mai. C'est la société Val d'Arizes, basée à Cieutat, qui en a assuré la fabrication. Cette entreprise, spécialisée dans la fabrication de produits en laine des Pyrénées, avait été accompagnée par Initiative Pyrénées il y a près de 15 ans.

## Suivi des porteurs de projets

Depuis le début de la crise, le contact avec les porteurs de projets est maintenu par des réunions téléphoniques ou des visioconférences.

L'instruction des dossiers (demande de prêt d'honneur, création, reprise) se poursuit. 3 comités d'engagement se sont tenus et ont permis de statuer sur 7 projets d'activité : 1 création, 2 reprises, 4 croissance. Ces projets ont tous été retenus favorablement pour un montant de 99 000 € complétés de 20 000 € au titre d'Occitanie Transmission.



**Initiative pyrénées**  
Un réseau. Un esprit

**Fonds d'urgence Initiative Pyrénées**  
COVID 19

**Objectif**  
Soutenir et accompagner les commerçants et artisans les plus touchés par la crise du Covid 19 en appui des dispositifs Etat et Région.

# TOURISME :

## UN PLAN DE REPRISE AMBITIEUX

Pour soutenir et accompagner les acteurs touristiques des Hautes-Pyrénées, HPTE a, dès le confinement, mis en place des actions diverses :

➤ Newsletters d'**infos essentielles** sur plus de 9 000 destinataires (acteurs touristiques - institutionnels, acteurs socio-économiques, élus, etc. des Hautes-Pyrénées) ;

➤ « Brigades d'**accompagnement** » : une petite équipe dédiée d'agents d'HPTE a contacté puis régulièrement sondé les acteurs pour comprendre leurs besoins et trouver des pistes de soutien et d'aide ;

➤ **Conseils** en marketing et outils digitaux diffusés sous différentes formes pour s'adapter aux besoins de chacun :

- Séminaires en ligne de la Webacadémie avec Juan Naveira (expert digital) et l'équipe HPTE.
- Entretiens individuels de la Webacadémie avec Juan Naveira.

• Newsletters marketing : les petits conseils marketing confinés/déconfinés d'Eveline Mathelet - 4 épisodes.

• Séances individuelles de "speed coaching" en marketing avec Éveline Mathelet.

➤ **Site internet dédié** aux ressources [Rebondir Ensemble](#) créé et mis en ligne pendant le confinement.

➤ **et aussi : le plan de communication printemps-été Hautes-Pyrénées qui a été finalisé et renforcé pendant le confinement pour l'impulser et le déployer très rapidement : les brochures furent chez les clients dès le 15 mai ! Alors que beaucoup de destinations en étaient au stade de la réflexion, HPTE a choisi de maintenir et renforcer ses efforts de communication pour être en capacité de prendre la parole avant tout le monde et soutenir notre destination.**

## DES ÉLÉMENTS DE RETOURS ENCOURAGEANTS SUR LES DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT

➤ **Sur les newsletters : des bons retours quantitatifs et qualitatifs.**

Plus de 9 000 destinataires des news générales, des petits conseils marketing et des invitations aux webinaires.

Seule l'invitation aux speed coaching marketing en entretien individuel a été relayée uniquement aux acteurs ayant participé à des ateliers dans les dernières années, soit environ 500 personnes.

En moyenne les taux d'ouverture des newsletters ont été élevés :

- 40 % en moyenne sur les petits conseils marketing confinés/déconfinés
- 55 % en moyenne sur les news infos essentielles
- 40 % sur les invitations

Pour info, les taux d'ouverture de newsletter supérieurs à 20 % sont des taux élevés. Les newsletters étaient ouvertes dans la journée de réception.

### Détail des newsletters infos essentielles

- News#1 :  
**Mesures de soutien aux entreprises**  
23 mars
- News#2 :  
**Interdiction aux hébergements de recevoir du public**  
6 mars
- News#3 :  
**Fonds de Solidarité**  
23 avril
- News#4 :  
**Conditions d'ouverture des musées, centres d'interprétation et Parc zoologiques**  
18 mai

Toutes ces informations sont disponibles sur le site [Rebondir Ensemble](#)

### Détail des newsletters « petits conseils marketing confinés/déconfinés »

- Épisode 1 – 24 avril :  
**Se préparer à la communication pour l'été 2020**
- Épisode 2 – 05 mai :  
**Une communication efficace et attractive pour l'été 2020**
- Épisode 2bis – 7 mai :  
**Communication : donner du sens à notre activité et le transmettre à nos clients**
- Épisode 3 – 13 mai :  
**Quels prix pratiquer cet été ?**

Toutes les newsletters sont disponibles en téléchargement sur le site [Rebondir Ensemble](#)

### > Les Speed Coaching marketing : de vraies opportunités de soutien et d'action

En plus des Newsletters, douze séances de Speed Coaching avec Éveline MATHELET ont été proposées aux participants aux ateliers marketings (ceux du printemps n'ayant pas pu se tenir).

Les 5, 6, 13 et 14 mai, **douze entreprises** ont bénéficié d'un accompagnement personnalisé sur des problématiques spécifiques.

Les retours ont été également très encourageants, les participants se sont sentis soutenus, épaulés, avec des conseils pratiques et concrets, et surtout ils sont passés à la mise en œuvre immédiate.

### > Les 3 webinaires de la Web Académie : un succès de participation et de conseils - jusqu'à 130 inscriptions !

Trois webinaires avec notre consultant Juan NAVEIRA et l'équipe d'HPTE,

- #1 : **Comment rester en contact avec ses clients** – 24 avril
- #2 : **Comment développer ses ventes en ligne** – 29 avril
- #3 : **Quels réseaux sociaux utiliser et quelles bonnes pratiques adopter** – 6 mai

Ces trois webinaires sont consultables en replay sur le site [Rebondir Ensemble](#)

### > Des rendez-vous personnalisés de la Web Académie efficaces

À la suite de chaque webinaire, **dix rendez-vous** ont été proposés aux participants des webinaires.

**Trente acteurs** ont donc bénéficié d'un accompagnement personnalisé pour mettre en pratique les solutions proposées pendant les webinaires.



**> Un site internet  
« Rebondir Ensemble »**

Mis en ligne dans le courant du mois d'avril pour consolider les différentes informations et conseils fournis aux acteurs, il leur permet d'y accéder si besoin quand ils le souhaitent.

L'objectif était de permettre aux acteurs de trouver dans un lieu unique les informations utiles, actualisées et triées.

## UN PLAN DE COMMUNICATION DE REPRISE

Alors que beaucoup de destinations en étaient au stade de la réflexion, HPTE a choisi d'être réactif en maintenant et en renforçant ses efforts de communication autour de 6 choix fondateurs :

**1. DE L'AUDACE** en faisant des choix ambitieux et en les mettant en œuvre sans attendre d'avoir toutes les assurances et modalités réglementaires pour cet été.

**2. DE LA RAPIDITÉ** en lançant un plan d'action dès le début du mois de mai pour avoir un temps d'avance sur les autres destinations.

**3. DE LA PUISSANCE** pour toucher des cibles plus nombreuses que l'été dernier, en se concentrant sur les populations des grands bassins urbains français qui seront les premiers en recherche de changement d'air.

**4. DU CONCRET** en communiquant sur des offres lisibles et précises et pas seulement sur de l'image ; en alimentant nos cibles en idées inspirantes de séjours

construites pour être adaptées en fonction de la situation et des envies des clients.

**5. DE LA COHÉRENCE** en ne changeant pas tout, mais en cultivant nos atouts (grands espaces, grands sites, eau, convivialité et art de vivre) pour inviter nos cibles à voyager, sans partir loin.

**6. DE LA DURÉE** : Après l'été arriveront l'automne, puis l'hiver etc. Quoi qu'il arrive cet été (et aujourd'hui personne ne peut le dire), la qualité et l'ambition de notre communication en cette période particulière seront des atouts pour notre avenir à tous.

**> Le dispositif de communication déployé est organisé autour de deux objectifs prioritaires :**

- Conquérir des **clientèles de séjours et courts séjours.**
- Conquérir des **clientèles de loisirs pour des excursions à la journée.**

Il combine les différents canaux de communication : plan média, brochures, sites internet, réseaux sociaux, relations presse, etc.

[Consulter le plan de communication de reprise sur le site Rebondir ensemble](#)



### > Les brochures (ÉTÉ et JUNIOR).

Près d'1 million de brochures diffusées entre le 10 et le 25 mai afin d'anticiper la bousculade des offres en juin.

### > Lourdes

HPTE travaille actuellement en partenariat avec l'office de tourisme de Lourdes et le CRT à la mise en place d'un dispositif de communication dédié à la destination.

## L'ADAC, PREMIER SOUTIEN DES COLLECTIVITÉS

> Pendant toute la durée du confinement, l'ADAC a maintenu ses missions d'accompagnement auprès des collectivités locales. Une permanence a été mise en place et assurée au quotidien pour suivre tous les dossiers et répondre à toutes les questions des élus.



Dans le domaine juridique, l'activité s'est poursuivie « comme en temps normal » avec la réception de demandes de tous ordres. Avant le confinement, et

en vue des élections municipales du 15 mars, l'ADAC avait notamment **mis à disposition des élus tous les documents nécessaires à l'installation des conseils municipaux**. Ces documents, accessibles sur le site internet de l'ADAC, ont depuis été mis à jour en fonction de l'évolution des consignes sanitaires fixées par le Gouvernement.

> Concernant le volet « Assistance à Maîtrise d'Ouvrage » (AMO), dès le début du confinement, les projets des collectivités les plus avancés ont été identifiés. L'objectif de l'ADAC étant d'obtenir toutes les validations nécessaires afin de proposer ces projets aux financeurs dans les meilleurs délais. Cette initiative a permis **d'éviter les ralentissements administratifs** liés au confinement mais aussi **d'engager les consultations** pour assurer un **démarrage des travaux**, de manière rapide.



## L'OCCAL, UN DISPOSITIF DE SOUTIEN À LA TRÉSORERIE DES ARTISANS, COMMERÇANTS ET ACTEURS DU TOURISME

Le Département participe à hauteur de 460 000 € à ce dispositif de soutien porté par la Région Occitanie, en partenariat avec les EPCI et la Banque des territoires. Ce dispositif accompagnera les entreprises du secteur touristique afin de relancer leur activité. Les aides portent sur deux volets :

**Trésorerie :** favoriser le redémarrage de l'activité des entreprises par des aides à la trésorerie (loyers, ressources humaines spécifiques, besoins en fonds de roulement...) par des avances remboursables.

**Investissement :** accompagner les investissements pour la mise en œuvre des mesures sanitaires par des subventions permettant d'anticiper les demandes de réassurance des clientèles par des aménagements appropriés.

➤ Concernant la situation de Lourdes, un fonds spécifique est en cours d'élaboration avec la Région, le Département et la Banque des Territoires. Une communication commune se tiendra prochainement.

**CONTACT PRESSE :**

Séverine CUESTA, Relations presse  
Tél. : 07 50 67 27 33 - severine.cuesta@ha-py.fr