

# L'OCCITANIE : UN «TOURISME DE VIE ET DE PARTAGE»

**Schéma Régional de Développement  
du Tourisme et des Loisirs**

**2022-2028**



La Région  
**Occitanie**  
Pyrénées - Méditerranée



**Carole DELGA**

Présidente de la Région Occitanie

En Occitanie, le tourisme recrute, le tourisme innove, le tourisme fédère.

Incontournable acteur économique avec ses 125 000 emplois, formidable ambassadeur de l'attractivité de la région, puissant facteur d'équilibre et de cohésion entre les territoires, le tourisme est confronté à une indispensable transformation de ses modèles.

Les crises sanitaires, financières, géopolitiques rappellent l'impératif de conforter un secteur vital pour le développement de nos territoires ruraux, maritimes, de montagne et même urbains. Le défi climatique impose une vision durable des activités liées au tourisme.

Cette transformation, la Région Occitanie l'a anticipée. Elle se mobilise aux côtés des professionnelles et des professionnels du tourisme, et des collectivités dans tous ses territoires. Des dispositifs globaux et de proximité permettent d'améliorer la qualité des hébergements, d'impulser des dynamiques comme les programmes 4 Saisons sur le littoral et en montagne, de développer le tourisme de proximité avec, par exemple, les TER à un euro ou les Grands Sites d'Occitanie, la carte jeunes.

Le tourisme doit aussi être une réponse aux enjeux des territoires comme lieux de vie des habitants et de partage.

La Région encourage les interactions entre le tourisme et d'autres activités : l'agriculture avec les marchés de producteurs, les 1001 festivals organisés dans les 13 départements, les compétitions sportives de renom.

Le Pacte vert facilite l'intégration à l'environnement, soutient les parcs naturels, génère de nouveaux attraits comme les voies vertes, le TER à 1 euro ou les routes des cols pyrénéens pour les cyclistes.

Les résultats sont là. La destination Occitanie enregistre en 2022 +19% de nuitées par rapport à l'année de référence 2019. Notre région est la première région de France en nombre d'établissements labellisés Qualité Tourisme, la première en nombre de plages et ports labellisés Pavillon Bleu, de nombreuses stations thermales.

Elaboré en concertation avec les professionnels, les professionnelles, les citoyennes et les citoyens, le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL) accompagnera plus vigoureusement cette transition vers un modèle conciliant

la valorisation des sites, du patrimoine, des produits d'Occitanie, de la convivencia avec les enjeux écologiques.

Ce schéma s'inscrit dans une stratégie régionale globale pour l'emploi, la souveraineté et la transformation écologique. Il correspond à la vision des élus d'Occitanie, guidés par la passion pour leur Région et par l'intérêt général : l'action publique doit s'adapter au réel, répondre aux préoccupations majeures des habitantes et habitants du territoire et relever le défi climatique.

Le tourisme est une compétence partagée à la convergence de politiques publiques pluri sectorielles et territoriales.

Le SRDTL 2022-2028, plus qu'une réponse à une obligation définie par l'article L131-1 du Code du Tourisme, est pour la Région l'opportunité de partager sa vision pour un tourisme régional durable et solidaire, de sa territorialisation et des interactions avec les politiques publiques régionales et les citoyennes et les citoyens.

L'Occitanie a engagé la transformation des politiques touristiques avant la crise du coronavirus, en s'appuyant sur une approche durable, responsable et solidaire. Le Pacte vert pour l'Occitanie dont le

plan d'actions dédié au tourisme durable et responsable a permis de poser les fondations d'une politique touristique ouvertement orientée vers la transition du secteur en termes environnemental, sociétal et économique. Le Pacte Vert a également été le moteur d'une plus grande transversalité de l'action régionale et des liens étroits entre tourisme et mobilités.

La crise du Covid 19 et les événements climatiques rappellent qu'un changement de modèle est indispensable. En Occitanie, ces événements confirment que nous avons su anticiper et faire les bons choix notamment en lien avec le Pacte Vert Régional.

C'est dans ce contexte instable et mouvant que s'inscrit l'adoption, après une large concertation, du Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL) 2022-2028.

En 2022, la Région a élaboré la Stratégie Régionale pour l'emploi, la souveraineté et la transformation écologique (SRESTE) 2022 - 2028 qui apporte une réponse à long terme aux défis majeurs que sont la transformation écologique de nos modèles et la reconquête de notre souveraineté. Le Schéma Régional de Développement

du Tourisme et des Loisirs est un des quatre schémas de la SRESTE, il participe à la transition du tourisme régional. Il a été élaboré à travers une démarche collective et concertée au plus près des acteurs et des territoires, avec une volonté de transparence et d'ouverture.

Le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs qui a fait l'objet d'une large concertation ayant réuni près de 1300 participantes et participants, constitue l'un des piliers de cette stratégie. 4 priorités ont été identifiées pour le tourisme en Occitanie. Nous voulons :

- **Accompagner** la transition écologique, sociale et numérique des entreprises et des territoires touristiques pour s'émanciper des dynamiques de surfréquentation touristique,
- **Expérimenter** de nouvelles dynamiques économiques locales en lien avec les habitants,
- **Accélérer** l'attractivité des territoires, des produits et des destinations sans produire d'externalités négatives sociales ou environnementales,
- **Faire ensemble** et conforter une gouvernance efficiente.

# Les principaux chiffres clés du secteur touristique

Le tourisme est une activité majeure pour le territoire régional. Deuxième pôle économique de la région, il devance l'aéronautique, le spatial et le BTP et se situe derrière l'agro-alimentaire et l'agriculture.

## UN SECTEUR ÉCONOMIQUE MAJEUR



**15,9**

**MILLIARDS D'€**

de consommation touristique  
(soit 10 % du PIB régional)



**125 000**

**EMPLOIS**

liés à la présence de touristes dans la région en moyenne sur une année. Cela représente 6,8% de l'emploi marchand d'Occitanie ; c'est plus que dans l'ensemble de la France (6,4%)



**1,48**

**MILLIARD D'€**

d'investissement annuel en moyenne

## UNE FRÉQUENTATION TOURISTIQUE SIGNIFICATIVE



**185**

**MILLIONS DE NUITÉES**

touristiques en 2021 tous modes d'hébergements confondus contre 208 millions en 2019 (année de référence avant le Covid)



**1<sup>ère</sup>**

**RÉGION**

en termes de nuitées dans l'hôtellerie de plein air : 24,6 millions en 2021 contre 26,2 millions en 2019 ; soit 22% de part de marché en 2021 au niveau national



**57%**

**DE NUITÉES**

des clientèles françaises en Occitanie sont réalisées en hébergements non marchands



**75%**

**DES NUITÉES TOURISTIQUES**

sont issues de la clientèle française en 2021 contre 64% en 2019



**1<sup>ère</sup>**

**RÉGION THERMALE**

102 000 curistes en 2021 contre 183 000 curistes en 2019



**57%**

**DES NUITÉES**

c'est la durée moyenne de voyages des Français en Occitanie (4,8 nuits au niveau national)



**2<sup>ème</sup>** **RÉGION**

la plus fréquentée par la clientèle française en termes de nuitées

## UNE OFFRE TOURISTIQUE VARIÉE ET LEADER POUR CERTAINES FILIÈRES



**1<sup>ère</sup>**

**RÉGION DE FRANCE**

en nombre de résidences secondaires avec 501 000 logements correspondant à 2,5 millions de lits touristiques



**2<sup>ème</sup>**

**RÉGION**

en offre d'hôtellerie de plein air, avec près de 1 400 établissements et 485 000 lits ; soit 19% de la capacité nationale



Lourdes est la

**3<sup>ème</sup>**

**VILLE TOURISTIQUE  
EN FRANCE**

en nombre de chambres d'hôtels



**1<sup>ère</sup>**

**RÉGION DE FRANCE**

en nombre d'établissements labellisés Qualité Tourisme / Qualité Occitanie Sud de France avec plus de 1 400 établissements



**1<sup>ère</sup>**

**RÉGION**

française en nombre de plages et ports labellisés Pavillon Bleu (respectivement 110 et 22)



L'économie bleue en Occitanie, c'est plus de

**44 000**

**EMPLOIS**

**&  
8**

**MILLIARDS D'€**

de chiffre d'affaires dont 72% liés au tourisme



**2<sup>ème</sup>** **RÉGION**

en capacité d'hébergements marchands (hors locatif) avec 744 000 lits touristiques (15% de la capacité nationale)

## LES GRANDS UNIVERS DE DESTINATION EN OCCITANIE



Les territoires de campagne sont le

**1<sup>er</sup>**

**UNIVERS DE DESTINATION  
D'OCCITANIE**

en termes d'offre touristique (1/3 de la capacité régionale) mais aussi en nombre de nuitées (29%)



Avec ses deux massifs montagneux que sont les Pyrénées et le Massif Central et ses

**43**

**STATIONS DE SKI  
ET ESPACES NORDIQUES**

l'offre touristique en montagne représente 1 million de lits, soit 17% de la capacité régionale et 1 nuitée touristique sur 10



Le littoral d'Occitanie, avec ses

**220 km**

**DE CÔTES**

20 stations balnéaires, 70 ports de plaisance dont 35 ports de plaisance maritimes, près de 30 000 anneaux, 5 400 km<sup>2</sup> d'aires marines protégées dont le Parc Naturel du Golfe du Lion – 1<sup>er</sup> parc naturel marin de Méditerranée –, représente environ 1/4 des nuitées touristiques régionales



L'urbain représente

**37% DES NUITÉES**

touristiques régionales, réparties équitablement entre les deux métropoles régionales (17% des nuitées) d'une part et le réseau des villes moyennes d'autre part (20% des nuitées). L'urbain concentre la majorité des emplois touristiques



- ⊗ Sites Unesco et édifices inscrits au titre des chemins de St Jacques
- ⚡ Chemins de St-Jacques de Compostelle
- ⊙ Grands Sites de France
- ⊙ Grands Sites Occitanie Sud de France
- ♨ Stations thermales
- ⚡ Stations de sports d'hiver
- ⊙ Stations balnéaires

## Sommaire

<b>Les grandes étapes de la concertation</b> .....	8
<b>Quatre grands défis</b> .....	9
<b>ACCOMPAGNER la transition écologique, sociale et numérique des entreprises et des territoires touristiques pour s'émanciper des dynamiques de surfréquentation touristique</b> .....	10
Priorité 1.1 - De meilleures conditions d'emplois et de vie des saisonniers et des saisonnières .....	11
Priorité 1.2 - Une attractivité des emplois dans les filières en tension .....	12
Priorité 1.3 - Des entreprises responsables et engagées .....	13
Priorité 1.4 - La transformation énergétique, environnementale et numérique des structures touristiques .....	13
Priorité 1.5 - Des mobilités touristiques décarbonées .....	14
Priorité 1.6 - Une sensibilisation des touristes aux pratiques durables.....	15
<b>EXPÉRIMENTER de nouvelles dynamiques économiques locales en lien avec les habitants</b> .....	16
Priorité 2.1 - Des nouveaux modèles de dynamiques économiques locales .....	17
Priorité 2.2 - La transformation des stations de montagne, du littoral et thermales en destinations 4 saisons .....	18
Priorité 2.3 - Des projets de territoires touristiques plus inclusifs et plus durables .....	19
<b>ACCÉLÉRER l'attractivité des territoires, des produits et des destinations sans produire d'externalités négatives sociales ou environnementales</b> .....	20
Priorité 3.1 - Des vacances et loisirs pour toutes et tous .....	21
Priorité 3.2 - La découverte d'entreprises, des savoir-faire et des terroirs .....	21
Priorité 3.3 - La valorisation et mise en tourisme des atouts culturels de l'Occitanie .....	23
Priorité 3.4 - La mise en tourisme des atouts sportifs de l'Occitanie .....	24
Priorité 3.5 - Une stratégie de marketing touristique partagée .....	25
Priorité 3.6 - Une stratégie de marque offensive des produits et des destinations d'Occitanie .....	25
<b>FAIRE ENSEMBLE et conforter une gouvernance efficiente</b> .....	26
Priorité 4.1 - L'articulation avec les politiques touristiques infra et supra régionales .....	27
Priorité 4.2 - Le Comité Régional du Tourisme et de Loisirs, opérateur régional .....	27
Priorité 4.3 - Le Parlement de la Montagne et le Parlement de la Mer .....	28
Priorité 4.4 - L'accompagnement des filières et opérateurs régionaux .....	28
Priorité 4.5 - La connaissance en termes d'adaptation aux enjeux du changement climatique et l'évaluation du tourisme durable .....	29
Priorité 4.6 - La mise en œuvre de la politique de transformation du tourisme régional : simplification, ingénierie, évaluation .....	30
Priorité 4.7 - Des dispositifs engagés, simplifiés, lisibles .....	31
<b>Annexes</b> .....	33
Annexe 1 - Bilan du SRDTL 2017-2021 .....	34
Annexe 2 - Le Parcours de transition pour le tourisme .....	46
Annexe 3 - Les Objectifs de Développement Durable .....	49

# Les grandes étapes de la concertation

La concertation qui a été menée dans le cadre de l'élaboration de la Stratégie Régionale de l'Emploi, de la Souveraineté et de la Transformation Ecologique (SRESTE) a englobé le secteur du tourisme et des loisirs. Cette concertation s'est déroulée de février à juillet 2022 à la fois par des réunions sur les territoires et en ligne.

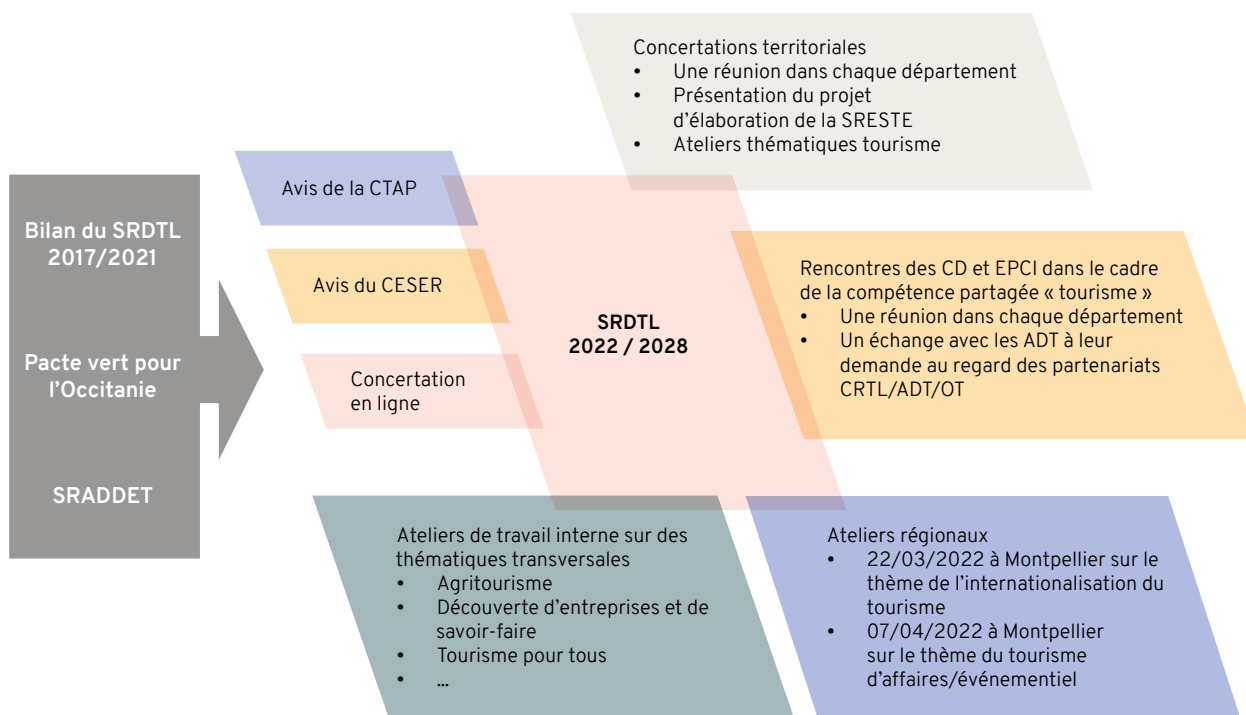
Cette concertation a été complétée par des réunions d'échanges avec les Départements et les EPCI qui partagent la compétence tourisme.

Un échange a été également organisé avec les Agences Départementales de Tourisme.

Enfin, des réunions transversales internes ont permis d'assurer l'articulation du SRDTL avec les grandes stratégies régionales : Plan Littoral 21, Plan Montagnes, stratégie Occitanie 2022-2028 « pour une culture partout et pour tous », Plan Nature (NOE), Stratégie régionale pour la biodiversité, Plan d'intervention pour l'eau, Région à Energie Positive, Pacte pour l'Embauche.

## STRATÉGIE RÉGIONALE EMPLOI, SOUVERAINETÉ, TRANSFORMATION DE L'ÉCONOMIE SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS 2022/2028

### Modalités de concertation





# Quatre grands défis

## ACCOMPAGNER

- Conditions d'emploi et de vie des saisonniers
- Attractivité des emplois dans les filières en tension
- Entreprises responsables et engagées
- Transformation énergétique, environnementale et numérique
- Mobilités touristiques décarbonées
- Sensibilisation des touristes aux pratiques durables

## EXPÉRIMENTER

- Nouveaux modèles de dynamiques locales
- Transformation des stations touristiques en destinations 4 saisons
- Projets de territoires touristiques plus inclusifs et durables

## ACCÉLÉRER

- Vacances et loisirs pour toutes et tous
- Découverte d'entreprises, des savoir-faire et des terroirs
- Valorisation et mise en tourisme des atouts culturels
- Mise en tourisme des atouts sportifs
- Stratégie de marketing touristique partagée
- Stratégie de marque des produits et destinations

## FAIRE ENSEMBLE

- Articulation avec les politiques supra et infra régionales
- Le CRTL
- Parlements de la Montagne et de la Mer
- Accompagnement des filières et opérateurs régionaux
- La connaissance en termes d'adaptation au changement climatique et d'évaluation du tourisme durable
- Simplification, ingénierie, évaluation
- Dispositifs engagés, simplifiés lisibles

# Accompagner

## la transition écologique, sociale et numérique des entreprises et des territoires touristiques pour s'émanciper des dynamiques de surfréquentation touristique

La transition des entreprises et des territoires vers un tourisme plus durable est un enjeu mondial. A l'échelle de la région Occitanie, cette transition nécessite l'évolution du monde du travail, des formations et des conditions de travail et de vie des salariés, de l'implication des dirigeants.

La transition passe également par la prise en compte de la Responsabilité Sociétale des Entreprises, des transformations écologiques et numériques et des mobilités car tourisme et mobilités sont fortement dépendants.

La transition sera environnementale, elle concernera également le monde du travail, les

salariés comme les dirigeants et impliquera les touristes eux-mêmes. Elle intégrera les principes de l'économie circulaire, de réduction et gestion des déchets.

Parmi les territoires à enjeux, le littoral, au regard de sa très forte dépendance au tourisme (sur les 8 milliards d'€ que pèse l'économie bleue, 72% sont liés à l'activité touristique) mais aussi de la pression démographique (50% de la population d'Occitanie vit sur 2% du territoire régional), de sa vulnérabilité aux risques (l'érosion et la submersion concernent déjà 1/4 des plages d'Occitanie) et au changement climatique (température à 2100 entre 2 et 5°C sup-

plémentaires et élévation du niveau de la mer entre 60 cm et 1 m) mais aussi à la raréfaction des ressources naturelles (eau notamment), est l'un de ceux qui nécessite une attention particulière.

Trouver à moyen terme un nouveau modèle de développement, s'adapter aux risques, au changement climatique et à la diminution des plages, notamment pour l'hôtellerie de plein air, sont des enjeux à intégrer pour les territoires et les entreprises. Le Plan Littoral 21 construit son Plan d'adaptation du littoral au changement climatique au sein duquel le tourisme balnéaire et son adaptation ont une place centrale.

## PRIORITÉ 1.1

# DE MEILLEURES CONDITIONS D'EMPLOIS ET DE VIE DES SAISONNIERS ET DES SAISONNIÈRES

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



La problématique de l'emploi des saisonniers et des saisonnières, dans toute sa diversité, qu'il s'agisse des femmes et des hommes, des métiers et des terri-

toires concernés, a été prise à bras le corps par la Région notamment dans le cadre du Pacte pour l'Embauche et en cohérence avec le Plan Montages qui mobilise 50 partenaires pour mettre en œuvre des mesures concrètes et adaptées aux besoins des territoires.

La mise en œuvre des pistes d'actions dans le secteur du tourisme doit se poursuivre et s'intensifier dans un cadre partenarial renforcé, associant acteurs de la formation,

de l'orientation, chefs d'entreprises, collectivités, bailleurs.

La Région s'engage à lever les freins au recrutement dans le secteur touristique en soutenant l'investissement en faveur de logements saisonniers, le développement d'une offre de formation dédiée aux salariés et la création d'un groupement d'employeurs régional multi-saisonnalité et multi-activité.

- **Action 1** : Soutenir l'investissement en faveur des logements saisonniers, à travers les Contrats entreprise d'avenir, visant l'adaptation au changement climatique, à la diversification des usages

durant l'année, et favorisant les expérimentations inter entreprise et inter collectivités. Un appel à manifestation d'intérêt pour la réalisation de logements multifonctions proposés à l'année sera lancé afin d'inciter à la diversification des usages

- **Action 2** : Développer une offre de formation dédiée aux saisonniers
- **Action 3** : Améliorer le quotidien des saisonniers en termes de transports, de loisirs notamment à travers les tarifs dédiés sur le réseau liO, et la carte Occy'gène.



Plate-forme innovante « Tourisme Hôtellerie Restauration Agriculture » © Boutonnet Laurent - Région Occitanie

## PRIORITÉ 1.2 // UNE ATTRACTIVITÉ DES EMPLOIS DANS LES FILIÈRES EN TENSION

8 TRAVAIL DÉCENT  
ET CROISSANCE  
ÉCONOMIQUE



Durant la crise Covid, nombreux ont été les salariés de l'hôtellerie, de la restauration et des loisirs à avoir changé de

vie professionnelle. Malgré des négociations menées au niveau national, les postes à pourvoir, tant saisonniers, que permanents sont nombreux et entraînent des

mutations du secteur et devront s'accompagner d'une valorisation de l'image des métiers du tourisme.

- **Action 4** : Expérimenter et valoriser la mise en place de **groupements d'employeurs** (pour les saisonniers et également les métiers en tension)

Le développement d'échanges d'expériences en matière d'emploi saisonnier participe à la structuration d'une réponse à apporter aux professionnels et aux employés. Pour cela la Région va mener une expérimentation visant à :

- Valoriser les territoires et les expériences réussies
- Communiquer auprès des parties prenantes et des saisonniers
- Identifier et fidéliser le salarié saisonnier
- Créer une marque employeur

- **Action 5** : Développer la plateforme « e-form tourisme » et **favoriser les rencontres entre offre et demande** en mobilisant les salariés, les étudiants, les stagiaires, les demandeurs d'emplois et les employeurs notamment lors des salons du tourisme et des loisirs, des salons TAF et mini TAF

4 ÉDUCATION  
DE QUALITÉ



- **Action 6** : Réaliser une **opération coup de pouce pour les stages** (tous contextes, objectifs et durée confondus) permettant la rencontre entre demande et offre et favorisant l'immersion des stagiaires dans le monde professionnel

- **Action 7** : Etudier la **faisabilité de la mise en place d'un Institut universitaire thermal** susceptible de répondre aux besoins du secteur



Place du Taf Près de chez moi, Saint Gilles (30), septembre 2022 © Boutonnet Laurent

## PRIORITÉ 1.3



La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est au cœur de la transformation des acteurs économiques. Elle intègre les principes du développement durable, l'intégration des entreprises dans leurs territoires et interroge les entreprises sur leurs missions.

Elle implique également un engagement à l'égard des salariés et de leur qualité de vie au travail, facteurs de progrès des entreprises de services dont la main d'œuvre est essentielle aux prestations proposées. Cet engagement est crucial dans le contexte de tension que connaissent les

## DES ENTREPRISES RESPONSABLES ET ENGAGÉES

activités touristiques.

- **Action 8** : Soutenir les entreprises dans leur **démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises** (y compris en matière de qualité de services, d'ancrage territorial, d'économie circulaire, de biodiversité, d'économie d'énergie, d'accessibilité aux personnes en situation de handicaps, ...),



en s'appuyant notamment sur la marque « Valeur Parc » dans les PNR

- **Action 9** : Impliquer la Région dans des projets européens permettant de mener des **expérimentations en matière de RSE**



PNR du Haut-Languedoc. propriétaire forestier, partenaire du projet Life Forecast © Pouchard Sébastien - Région Occitanie

## PRIORITÉ 1.4



Au regard des engagements du Pacte vert pour l'Occitanie, la Région a pour enjeu d'accompagner les entreprises touristiques et les territoires vers un nouveau modèle de développement prenant en compte les enjeux de transition écologique et énergétique, (y compris la désimpermeabilisation et la végétalisation des espaces publics, des équipements et de établissements touristiques), de justice sociale et d'intégration dans des systèmes économiques locaux.

## LA TRANSFORMATION ÉNERGÉTIQUE, ENVIRONNEMENTALE ET NUMÉRIQUE DES STRUCTURES TOURISTIQUES

- **Action 10** : Accompagner les projets de **transformation des entreprises** avec les dispositifs Pass Transformation Ecologique et Contrats entreprise d'avenir permettant notamment d'accompagner les dépenses liées à un projet de transformation énergétique et/ou environnemental et de réduction de leur empreinte environnementale



- **Action 11** : Accompagner les projets de **transition des maîtres d'ouvrage publics** à travers une offre en ingénierie et des dispositifs d'aide dédiés tel le dispositif d'aménagement et qualification environnementale d'espaces publics résilients

## PRIORITÉ 1.5

# DES MOBILITÉS TOURISTIQUES DÉCARBONÉES



Les mobilités touristiques sont un enjeu majeur de la transition du tourisme en Occitanie vers un modèle plus durable. L'accès aux destinations touristiques et les déplacements une fois sur place sont au cœur de l'action de la Région.

Parce que les mobilités permettent à tous de se déplacer pour les loisirs, le travail, les vacances, les sports et la culture, la

Région agit sur les infrastructures, les équipements, les gares, les pôles d'échanges multimodaux, les services de transport tant en termes de réseau que d'offre de services et de tarification. Elle intervient également dans l'écosystème de R&D au service des nouveaux transports plus vertueux (l'avion vert, l'hydrogène vert, ...). Elle a adopté un Plan vélo dont l'un des axes concerne le tourisme à vélo à la fois sur la grande itinérance et dans le cadre de « City break ».

S'agissant des transports au service de l'activité touristique, la création d'une offre d'équipements dédiée, la coordination des acteurs à l'échelle des destinations et la mise en avant de l'information sur les mobilités sont les thématiques principales évoquées lors des concertations territoriales menées dans le cadre de la Stratégie Régionale pour l'Emploi, la Souveraineté et la Transformation de l'Economie.

- **Action 12** : Développer des offres de services sur le **tourisme et les mobilités**

La Région accompagnera le développement des espaces d'accueil de touristes (pérennes ou saisonniers) associant mobilités douces, offres touristiques, aménités touristiques (bagagerie, location de véhicules propres, toilettes, parkings...). Ces initiatives pourront se traduire par le développement des « Maisons du Tourisme et des Mobilités », des bulles de mobilités, notamment dans les pôles d'échanges, dans les offices de tourisme, les tiers-lieux, les commerces multi services, les haltes ferroviaires saisonnières, les ports de plaisance y compris fluviaux ou encore dans les sites sans accueil touristique. Pour ce faire, un appel à manifestation d'intérêt sera lancé en lien avec le projet de « cycling hub ».

- **Action 13** : Concevoir et développer le concept de « **cycling hub** » en lien avec les territoires et les professionnels.

Le Cycling hub vise à structurer une offre de services adaptée et promouvoir le tourisme à vélo en Occitanie.

Cette action pourra se traduire par le soutien au développement d'une économie de services autour du cyclotourisme à prix de marché grâce à des retours d'expérience, un partage des bonnes pratiques (attentes des cyclotouristes en termes de qualité d'accueil, de services, facilité d'accès/fluidité, hébergement, location de vélos sur le corridor avec restitution à un lieu différent du point de mise à disposition, information...), investissements pour la réalisation d'équipements adaptés, promotion des sites et itinéraires régionaux.

- **Action 14** : Intégrer le **tourisme dans les instances en charge du transport** à l'échelle des territoires (Département) et bassins de mobilité en lien étroit et en transversalité avec les Directions régionales concernées afin d'apporter des réponses coordonnées, actualisées et territorialisées

- **Action 15** : Développer le tourisme d'itinérance : encourager les déplacements touristiques par train, bus et autres solutions de mobilités durables et accentuer le développement et la promotion



de produits touristiques tels Les Fabuleux Voyages et l'Occitanie Rail Tour reposant sur le triptyque Occitalité, Diversité, Responsabilité

## PRIORITÉ 1.6

# SENSIBILISATION DES TOURISTES AUX PRATIQUES DURABLES



A l'instar des actions de sensibilisation déjà menées dans certains hébergements touristiques et certaines destinations dont les Parcs Naturels et les Réserves naturelles, la sensibilisation des touristes aux gestes et pratiques durables est une action au quotidien. Les gestionnaires de sites, les commerçants, les acteurs du tourisme peuvent également contribuer à inciter les touristes à des pratiques durables dans leurs établissements et dans le milieu naturel.

- **Action 16** : Mener des actions de communication et d'information en faveur de **pratiques touristiques durables** auprès des clientèles (actions de valorisation de la bio-



diversité et des milieux naturels, pratiques vertueuses en termes de transport, d'économies des ressources dont optimisation des usages de l'eau, diminution des pollutions et recyclage, achats responsables, ...)



Train liO, Latour de Carol (66) © Grimault Emmanuel - Région Occitanie

# Expérimenter

## de nouvelles dynamiques économiques locales en lien avec les habitants

Plus qu'une filière, le tourisme s'inscrit dans un écosystème intégrant l'ensemble des activités économiques d'un territoire qui contribuent à la qualité de l'expérience touristique et la qualité de vie des habitants.

Cette vision à 360° vient ancrer l'activité touristique dans la dynamique économique et le développement local exprimés dans les Contrats Territoriaux Occitanie et prendra en compte l'adaptation au changement climatique, les enjeux de biodiversité et de résilience.





## PRIORITÉ 2.1

# DES NOUVEAUX MODÈLES DE DYNAMIQUES ÉCONOMIQUES LOCALES



La Région souhaite initier et accompagner le développement de nouveaux modèles économiques qui se nourrissent des richesses locales et fassent le lien entre tourisme, agriculture, agroalimentaire, filières halieutiques, environnement et commerce de produits locaux, artisanat d'art, culture pour mieux répondre aux besoins des citoyens et des touristes.

Ces nouveaux modèles plus vertueux socialement et environnementalement devront s'appuyer

sur les particularités du territoire et pourront donner lieu au développement d'offres touristiques à forte identité : tourisme de découverte d'entreprises (dont le tourisme industriel) et de savoir-faire, agritourisme, tourisme d'expériences, d'aventure ou de nature (découverte des réserves ornithologiques, géologiques, ciel étoilé...), restauration de qualité. Sur la rénovation des copropriétés touristiques sur le littoral, suite à un appel à manifestation d'intérêt du Plan Littoral 21, 5 démonstrateurs (La Grande-Motte, Leucate, Gruissan, la Communauté d'Ag-

glomération Hérault-Méditerranée et la Communauté de Communes Albères - Côte Vermeille Illibéris) testent, depuis 2021, différentes solutions (ORIL simplifié, conciergerie, home staging, coach copropriétés et coach propriétaires, Renov'Occitanie...) devant permettre de remettre en marché des résidences secondaires que ce soit pour le tourisme, l'accueil d'étudiants et de saisonniers ou la résidentialisation principale.

- **Action 17** : Faire émerger de **nouveaux lieux hybrides** de commerce, de partage, de culture et de valorisation du patrimoine régional : projets d'économie locale hybrides mêlant activité commerciale, culture, patrimoine, artisanat d'art, agriculture ou alimentation

Lancer une expérimentation de territoires de projet d'économie locale visant à soutenir des projets innovants, transversaux dans leurs thématiques (culture, patrimoine, artisanat d'art, agriculture et alimentation, économies des ressources et outils de mesure de ces économies, recyclage dont réutilisation des eaux usées traitées,...) et impliquant les habitants et partenaires locaux via un Appel à Manifestation d'Intérêt.

- **Action 18** : Accompagner le **développement des projets répondant à des enjeux de proximité territoriale** (commerces de première nécessité, artisanat d'art, projets en circuits courts, boutiques de producteurs : PASS Economie de proximité, Pass artisanat d'art)



20<sup>ème</sup> Salon des Arts et du Feu , Martres-Tolosane (31) © Bensizerara Sofiane - Région Occitanie



Port de plaisance Port Camargue (30) © Lefrancq Gilles - Région Occitanie

## PRIORITÉ 2.2

# LA TRANSFORMATION DES STATIONS DE MONTAGNE, DU LITTORAL ET THERMALES EN DESTINATIONS 4 SAISONS



La Région accompagne depuis plusieurs années les stations de montagne et du littoral (y compris les stations thermales) et encourage la mise en œuvre de nouveaux modèles de développement répondant aux enjeux d'adaptation aux changements climatiques et environnementaux, ainsi qu'aux attentes des habitants et des clientèles.

L'enjeu est de structurer des stations touristiques qui soient également des territoires de vie pour les habitants et d'accueil de visiteurs et qui prennent en compte les sujets de transition de plus en plus prégnants.

La transformation énergétique et environnementale passe par l'innovation. Le recours à de nouvelles énergies vertes est un levier.

A ce titre l'implication forte de la Région en faveur du développement des énergies renouvelables, telles que par exemple l'hydro-électricité, ou de nouveaux vecteurs énergétiques,

tels que l'hydrogène vert, donnera lieu à une expérimentation dans le domaine du tourisme notamment dans les stations de montagne. L'innovation et l'expérimentation sont aussi des leviers à activer pour préserver les ressources, notamment l'eau qui est, naturellement dépendante des évolutions du climat et des usages saisonniers.

- **Action 19** : Accompagner la **mutation des stations de montagne (plan montagnes) et du littoral (PL21)** intégrant de nouveaux modèles



de gestion économiquement plus vertueux, les expérimentations de mise en marché des résidences secondaires, l'adaptation

au changement climatique, la prise en compte des enjeux liés à la ressource en eau. Plus spécifiquement concernant la montagne, ce travail s'opérera dans le cadre des straté-

gies portées par la Compagnie des Pyrénées et l'Agence des Pyrénées

- **Action 20** : Accompagner le **renouveau des stations et des activités thermales** avec l'ouverture à de nouvelles



pathologies, le développement de prestations premium liées au bien-être, l'offre de cures de récupération pour les

sportifs, de cures prévention santé, bien vieillir et alimentation et post Covid, le développement de cures pour les jeunes

- **Action 21** : Encourager les **usages d'hydrogène vert dans les stations touristiques** qui pourront se déployer dans les transports et les équipements du domaine skiable, plus particulièrement les transports lourds et équipements skiabiles

## PRIORITÉ 2.3

# DES PROJETS DE TERRITOIRES TOURISTIQUES PLUS INCLUSIFS ET PLUS DURABLES



En s'appuyant sur les acquis de la politique des Grands Sites d'Occitanie, la Région accompagnera la transformation des projets de territoires touristiques. Cela concernera les Grands sites d'Occitanie, les stations touristiques thermales, de montagne, les pôles de pleine nature, le littoral Occitanie, les parcs naturels d'Occitanie, les destinations de ciel étoilé et de tourisme nocturne, les destinations d'itinérance. Cette stratégie se fera en cohérence avec les

Contrats territoriaux d'Occitanie. Ils seront élaborés en concertation avec les organismes de promotion touristique, les entreprises, les maîtres d'ouvrage publics et les habitants et prendront en compte les besoins en termes :

- d'activités touristiques,
- de mobilités douces / décarbonées pour accéder aux sites et se déplacer au sein des territoires (en s'appuyant sur les plans opérationnels de mobilités),
- de promotion par chaque

territoire des facilités et/ou possibilités d'accès via les mobilités douces et les transports publics,

- d'accueil des personnes à mobilité réduite et des personnes en situation de handicap (psychique, invisable,...),
- d'accessibilité pour tous et toutes (jeunes, seniors, milieux populaires, ruraux,...),
- de digitalisation des destinations.

- **Action 22** : Accompagner la **structuration de « territoires touristiques »** intégrant l'économie locale dans toutes ses composantes, la culture et les loisirs impliquant les habitants et s'appuyant sur les Grands Sites Occitanie actuels

La politique des Grands Sites d'Occitanie a permis de faire émerger 41 destinations touristiques majeures qui contribuent au rayonnement de l'Occitanie. La Région accompagnera la dynamique initiée par les GSO, actualisera et renforcera les contrats GSO existants, poursuivra son accompagnement en ingénierie de projets de territoires, en animation et en communication. Ce travail s'opèrera en lien avec les directions opérationnelles de la Région concernées et le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs.

Les Parcs naturels d'Occitanie couvrent actuellement 30% du territoire régional. Ces territoires de vie classés sont reconnus pour leur patrimoine naturel et leurs paysages exceptionnels, et ils sont aussi des territoires touristiques. Ainsi, les 8 Parcs naturels régionaux, les 2 Parcs nationaux et le Parc naturel marin ont signé en 2021 une convention cadre de partenariat avec la Région et le CRTLO pour œuvrer en faveur d'un tourisme responsable, harmonieux, respectueux de l'environnement à l'échelle de leurs territoires. Ceci se traduit par un plan d'action opérationnel mutualisé visant à structurer et valoriser les « territoires touristiques Parcs ».

Les projets devront intégrer les enjeux de la transition écologique.



- **Action 23** : Expérimenter les **nouveaux outils de gestion des flux, d'observation de la satisfaction client et de l'acceptabilité par les habitants** notamment dans le cadre de projets européens

- **Action 24** : Accompagner l'émergence de **pratiques touristiques nocturnes de type destinations de ciel étoilé** avec l'ouverture des sites et le développement de visites nocturnes, dans le respect de la biodiversité et des économies d'énergie



- **Action 25** : Développer une **plateforme numérique innovante et intégratrice** en lien avec « le Parcours de transition pour le tourisme » (observatoire du tourisme durable, centre de ressources, réseau d'échanges) en lien avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs et l'écosystème européen du « Parcours de la transition pour le Tourisme »



# Accélérer

## **l'attractivité des territoires, des produits et des destinations sans produire d'externalités négatives sociales ou environnementales**

A travers cette orientation, le SRDTL ambitionne de consolider des filières touristiques qui répondent à un enjeu de développement des vacances pour tous et de valorisation d'atouts qui font l'originalité de l'offre régionale.

L'attractivité d'une destination résulte d'une alchimie entre les prestations touristiques, les produits, les terroirs, l'accueil, la qualité, la convivialité... et également l'adéquation des offres touristiques aux désirs des clientèles. L'ensemble de cette analyse donne lieu à l'élaboration d'une stratégie marketing originale et spécifique à l'Occitanie.

## PRIORITÉ 3.1

## DES VACANCES ET LOISIRS POUR TOUTES ET TOUS



Afin de permettre au plus grand nombre de citoyens de partir en vacances, La Région souhaite lancer une dynamique en faveur des loisirs pour les publics les plus fragiles et pour la jeunesse avec vision à 360° intégrant tous les acteurs.

La Région souhaite accompagner la transformation de l'offre d'hébergements et de loisirs accessibles à tous.

Vivre en bonne santé grâce aux bienfaits de la nature en faisant du triptyque Sport-Santé-Nature est un pilier de l'action régionale. C'est pourquoi la Région soutient la création des parcours de sport-santé-nature à moins de 15 minutes de tous les habitants de la région afin de garantir le droit d'accès du public à la nature, mais également de les informer des enjeux de préservation de la biodiversité et des milieux naturels. Cette action s'intègre pleinement dans le plan Nature (NOE).

La Région soutient la demande et les départs en vacances qu'il s'agisse des enfants en classes de

découverte, des jeunes pour leur premier départ autonome et des enfants des familles en difficulté. A travers la carte Occ'ygène et la mise en place de tarifs de transport préférentiels sur son réseau liO, la Région participe au tourisme en Occitanie, à la qualité de vie de ses citoyens, à la protection du pouvoir d'achat et à la réduction des inégalités.

- **Action 26** : Accompagner les projets de transformation énergétique, sociale ou environnementale des entreprises du tourisme social et solidaire : dispositifs Pass Transformation Ecologique et Contrats Entreprises d'Avenir
- **Action 27** : Accompagner les projets de **transformation des maîtres d'ouvrage publics œuvrant dans le tourisme pour tous** à travers une offre en ingénierie en s'appuyant notamment sur le « Manuel pour une meilleure qualité d'usage des bâtiments publics » réa-

lisé par la Région Occitanie et des dispositifs d'aide dédiés

- **Action 28** : Accompagner **les départs en vacances et le développement de classes de découverte** favorisant les sports de glisse (été/hiver), la découverte des patrimoines naturels et culturels ainsi que d'autres pratiques, proposant un programme de sensibilisation à la biodiversité et aux milieux naturels

- **Action 29** : Elargir l'impact de la **carte Occ'ygène** en mobilisant plus de prestataires, plus de partenaires et en l'articulant avec les offres de transport régionales tant en faveur des jeunes que des seniors et offrir une meilleure visibilité des prestations accessibles aux personnes en situation de handicap et aux seniors



## PRIORITÉ 3.2

## LA DÉCOUVERTE D'ENTREPRISES, DES SAVOIR-FAIRE ET DES TERROIRS

La découverte d'entreprises, des savoir-faire et des terroirs fait partie intégrante de l'offre touristique.

Elle se développe tant dans les entreprises industrielles et agroalimentaires qui mettent en lumière une technologie et une ingénierie exceptionnelles, que dans les entreprises artisanales, agricoles ou du secteur de la pêche et de l'aquaculture, où la visite d'entreprises est un centre

de profit à la fois sur les activités de visite guidée que de vente de produits.

Le développement de l'éolien flottant en Occitanie est un des axes forts de développement du tourisme industriel.

Cette découverte peut prendre la forme de visites guidées et une médiation adaptée, d'ateliers et de stages pratiques.

En complément cette forme de tourisme est l'occasion de valo-

riser les métiers et générer des vocations.

- **Action 30** : Aider les **entreprises du tourisme de découverte** à structurer leur offre pour accueillir les touristes : démarche qualité, scénario de visite et structuration de la médiation, approche marketing (produit/client/circuits de distribution/prix)

• **Action 31** : Expérimentation de nouvelles formes **d'agro/agritourisme et d'haliotourisme**

L'oenotourisme, l'agritourisme et l'haliotourisme, adossés aux terroirs, à la production de vins et produits de qualité sont des atouts de la destination Occitanie. L'objectif est de renforcer cette offre et de faire de l'Occitanie une destination agritouristique attractive, de qualité et éco responsable sur les 4 saisons. Pour cela des démarches expérimentales en lien avec les territoires GSO moteurs et à fort potentiel agritouristique seront mises en œuvre afin de créer une véritable synergie entre activité agricole et activité touristique en lien avec le Pacte Vert pour l'Occitanie.

L'ambition est d'expérimenter une méthodologie innovante qui permette de faciliter la diversification de l'activité agricole, sa mise en tourisme et d'en assurer la diffusion. L'expérimentation s'appuiera sur les objectifs de la transition, les nouvelles attentes des clientèles en mobilisant les exploitants et les territoires volontaires.



Domaine Saint Jean de l'Arbousier. Castries (34) © Stintzy Julien - Région Occitanie

• **Action 32** : Structurer, diversifier et organiser la mise en marché des **prestations et produits touristiques, liés à la découverte d'entreprises, des savoir-faire** (y compris des métiers d'art) et des terroirs

A partir des initiatives menées dans certains territoires mais également des spécificités des acteurs régionaux, la Région et ses partenaires :

- Identifieront le potentiel de nouvelles thématiques telles le patrimoine en chantier, l'agri agrotourisme, l'excellence industrielle y compris celle au service de l'environnement,
- Accompagneront la définition de nouvelles offres à destination des visiteurs (stages et expériences, visites renouvelées et innovantes y compris avec des outils numériques),
- Contribueront à l'agrégation des d'offres,
- Animeront la mise en réseau des acteurs à l'échelle régionale.

## PRIORITÉ 3.3

# LA VALORISATION ET MISE EN TOURISME DES ATOUTS CULTURELS DE L'OCCITANIE

La Région Occitanie dispose d'attraits culturels majeurs qu'il s'agisse de ses monuments, bâtiments et sites protégés, dont les sites classés au patrimoine mondial de l'Humanité par l'Unesco. Elle dispose également d'un patrimoine vernaculaire important qui se répartit sur tout le territoire régional. A cela s'ajoute une offre culturelle, notamment en termes de festivals, considérable. L'art de vivre, et tout ce qui a trait aux produits régionaux sont constitutifs de l'identité et de l'attractivité de l'Occitanie mais également des langues et cultures vivantes, (fêtes, traditions,...) et des modes de vie « à l'occitane et à la catalane » constituant une ressource précieuse pour un développement touristique plus durable, ancré dans les réalités des territoires et l'économie locale.

Le développement d'initiatives culturelles et événementielles qui stimulent une dynamique locale en dehors des calendriers habituels ou en lien avec des manifestations de type foires et salons et grands événements est porteur d'un tourisme tout au long de l'année et sera encouragé. La stratégie Occitanie 2022-2028 « pour une culture partout et pour tous » votée par la Région en décembre 2021 a été prise en compte pour l'identification d'actions relevant plus spécifiquement du tourisme.

- **Action 33** : Organiser et faire connaître **l'offre de mobilités** permettant d'accéder aux spectacles, événementiels et manifestations culturelles et sportives et promouvoir les sites touristiques à moins d'1 km (accessibilité à pied), à moins de 5,5 km (accessibilité à vélo) ou d'une gare du réseau liO



- **Action 34** : Développer de **nouvelles modalités de médiation** notamment culturelle en s'appuyant sur le numérique y compris à distance (ex : visite en réalité virtuelle d'une grotte pour les personnes en situation de handicap, cabines de réalité virtuelle)



- **Action 35** : Valoriser **l'identité culturelle occitane et catalane** pour innover en termes de marketing de produits et de destination (séjours dédiés, accompagnement des opérateurs sur les enjeux touristiques, développement de supports de visite en occitan et catalan)



Rose Festival au MEET Aussonne, Toulouse (31)  
© Saada Romain - Région Occitanie

- **Action 36** : Faire émerger le concept de « **Territoires de goût** » valorisant les produits locaux et de qualité et les producteurs d'Occitanie au sein des destinations touristiques

La Région et ses partenaires définiront ce que peut être un territoire de goût, inclusif et intégrateur qui prend en compte les produits, les territoires et les prestataires sous signe de qualité et s'appuie sur les terroirs, les savoir-faire.



Festival Natural Games Millau (12) © Boutonnet Laurent - Région Occitanie

## PRIORITÉ 3.4

## LA MISE EN TOURISME DES ATOUTS SPORTIFS DE L'OCCITANIE



Signe de l'excellence et du savoir-faire de ses acteurs, l'Occitanie est une terre d'accueil reconnue de grands événements sportifs, plébiscitée par les sportifs mais également reconnue de tous les acteurs sportifs internationaux.

Outre les retombées induites dans le domaine du tourisme, les implications de ces événements en termes de rayonnement du territoire au-delà de ses frontières sont particulièrement notables. Les manifestations majeures qui seront accueillies sur le territoire dans les années à venir viendront consolider ce positionnement régional volontariste et attesteront du dynamisme de ses acteurs.

La Région peut ainsi s'appuyer sur une multitude d'infrastructures

de grande qualité dans l'accueil d'athlètes de haut niveau et de manifestations d'envergure. Les acteurs régionaux se sont d'ailleurs positionnés dans cette perspective sur l'accueil de délégations étrangères en amont des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Symbole des équipements de pointe, le site du CREPS de Font-Romeu s'avère particulièrement attractif.

- **Action 37** : Créer un **club des organisateurs d'événements sportifs** afin de préparer au mieux l'accueil de grands événements à venir en favorisant le partage d'expériences et en maximisant les retombées touristiques de ces événements avant, pendant et après leur tenue

- **Action 38** : Développer un **packaging entourant l'accueil d'événements sportifs et de délégations** afin d'optimiser les retombées touristiques
- **Action 39** : **Fédérer l'ensemble des 57 infrastructures sportives d'Occitanie** en capacité d'accueillir des délégations sportives étrangères notamment en vue des JOP 2024
- **Action 40** : Evaluer le **poids touristique de la filière Sport** afin de favoriser sa reconnaissance et de valoriser ses transversalités



## PRIORITÉ 3.5

### UNE STRATÉGIE DE MARKETING TOURISTIQUE PARTAGÉE



La définition de la stratégie de marketing pluriannuelle de la destination Occitanie et sa mise en œuvre sont assurées par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs. Ce travail est mené en cohérence avec les stratégies des organismes de tou-

risme définies au plan national et infrarégional (Départements, intercommunalités et communes) ainsi qu'avec les opérateurs de tourisme (privés et publics). Cette stratégie sera conçue à la fois à destination des marchés local, national et international. Une action sera plus particulièrement dédiée aux touristes en

situation de handicap tant en termes de promotion que de qualification et de mise en accessibilité de l'offre.

- **Action 41** : Rédiger et mettre en œuvre **le plan marketing de la destination Occitanie** en lien avec la dynamique des Contrats de destination

## PRIORITÉ 3.6

### UNE STRATÉGIE DE MARQUE OFFENSIVE DES PRODUITS ET DES DESTINATIONS D'OCCITANIE

La Région a pour ambition d'accroître sa visibilité internationale ainsi que celle de ses produits et destinations et mettra en place une stratégie de marques coordonnée.

- **Action 42** : Promouvoir les savoir-faire régionaux, les territoires d'exception d'Occitanie et les produits locaux par le déploiement d'une **stratégie marque régionale coordonnée** (concertation

avec les entreprises agroalimentaires et hali-alimentaires, soutien au commerce de proximité et à la valorisation des achats en circuits courts et en restauration collective)

- **Action 43** : Mettre en place une **stratégie de développement de la notoriété et du rayonnement de la Région**, de ses produits et de ses manifestations sportives et culturelles tant au niveau national qu'international

# Faire ensemble

## et conforter une gouvernance efficiente

Le faire ensemble est un des piliers de l'action régionale et répond à un besoin exprimé par les partenaires lors des concertations territoriales préparatoires au SRDTL 2020-2028.

Initiée depuis 2016, la gouvernance du tourisme s'est construite avec les territoires et les filières touristiques afin de garantir la prise en compte des attentes des parties prenantes au plus près du terrain.

## PRIORITÉ 4.1

# L'ARTICULATION AVEC LES POLITIQUES TOURISTIQUES INFRA ET SUPRA RÉGIONALES



Le tourisme est une compétence partagée avec l'Etat, les Départements et le bloc communal. La crise Covid a mis en lumière l'impact positif de la coordination des politiques publiques dans le domaine du tourisme et son efficacité y compris en termes de promotion et de communication.

Le renforcement de cette coordination avec pour enjeu la recherche de complémentarité, d'efficacité et de rationalisation entre les actions conduites par les différents acteurs est un enjeu majeur pour la Région.

- **Action 44** : La mise en œuvre d'une **politique coordonnée avec l'Etat** grâce aux comités régionaux Destination France Etat-Région, et aux outils contractuels (Contrat de Plan Etat-Région, Contrats de Plan Inter régionaux Etat-Région) en s'appuyant sur l'action de Régions de France
- **Action 45** : La mise en place et l'animation des **conventions Région - Départements** avec un comité de suivi annuel et la mise en place d'un réseau de techniciens
- **Action 46** : L'actualisation des **protocoles de partenariat avec les gestionnaires des destinations touristiques** et plus particulièrement des Grands Sites d'Occitanie, des stations thermales, des stations de montagne et littorales en lien avec les Contrats Territoriaux d'Occitanie

## PRIORITÉ 4.2

# LE COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME ET DES LOISIRS, OPÉRATEUR RÉGIONAL

Opérateur régional dans le domaine du tourisme en complémentarité avec la Direction en charge du tourisme, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs intervient plus particulièrement dans les domaines du mar-

keting, de la communication et de la promotion, de l'observation et de la formation, des filières.

**le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs** fixant les objectifs, les moyens et l'évaluation des actions mises en œuvre et organisant la complémentarité avec les instances et services de la Région

- **Action 47** : Formalisation d'un **protocole pluriannuel entre la Région Occitanie et**
- **Action 48** : Animation par le CRTL des **Contrats de destination, des plans d'Actions Concertés Territoriaux et des partenariats**, en lien avec Atout France et les opérateurs infra régionaux

### Les contrats de destination

Inscrits au CPER et CPIER, ils relèvent d'une action contractuelle menée avec l'Etat par l'intermédiaire de son opérateur, Atout France.

Le CRTL animera ou participera, avec l'appui de ses partenaires, aux différents contrats de destination concernant l'Occitanie :

- Les contrats de marque internationale : Canal du Midi, Lourdes, Littoral Méditerranéen (en cohérence avec le PL 21);
- Les contrats thématiques d'Occitanie : Grande itinérance et APN, City break / tourisme de savoir-faire à Toulouse, City break et œnotourisme Montpellier – Hérault Languedoc, Terre de festivals.

Une réflexion est en cours sur un contrat de destination autour du « slow tourisme ».

## PRIORITÉ 4.3

### LE PARLEMENT DE LA MONTAGNE ET LE PARLEMENT DE LA MER



La Région a créé le Parlement de la Mer et le Parlement de la Montagne, instances destinées à fédérer les acteurs de ces territoires et permettre la concertation et le travail collaboratif afin de faire émerger des projets participant au développement des territoires et à la qualité de vie des habitants. Le tourisme revêt une dimension structurante tant dans les destinations montagnes que littorales et a toute sa place

comme thématique de travail de ces Parlements.

- **Action 49 : Valoriser le Schéma Régional du Tourisme et des Loisirs dans les instances du Parlement de la Montagne et de la Mer** et participer aux travaux relatifs au tourisme, au thermalisme et également à tous ceux concernant les dynamiques économiques locales

## PRIORITÉ 4.4

### L'ACCOMPAGNEMENT DES FILIÈRES ET OPÉRATEURS RÉGIONAUX

Pour la mise en œuvre de la politique régionale dans le domaine du tourisme et des loisirs, la Région soutient un réseau d'acteurs régionaux qui contribuent à mieux faire connaître les dispositifs régionaux et en assurer la diffusion. Ainsi, la Région s'appuie sur l'UNAT, la Fédération Thermale d'Occitanie et également les filières professionnelles structurées.

La Région accompagnera la dyna-

mique de l'Agence des Pyrénées pour les sujets du tourisme et des dynamiques économiques locales en cohérence avec le Plan Montagnes.

- **Action 50 : S'appuyer sur les acteurs régionaux** pour faire connaître le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs et les axes forts de la transition du tourisme en Occitanie

## PRIORITÉ 4.5

# LA CONNAISSANCE EN TERMES D'ADAPTATION AUX ENJEUX DU CHANGEMENT CLIMATIQUE ET L'ÉVALUATION DU TOURISME DURABLE



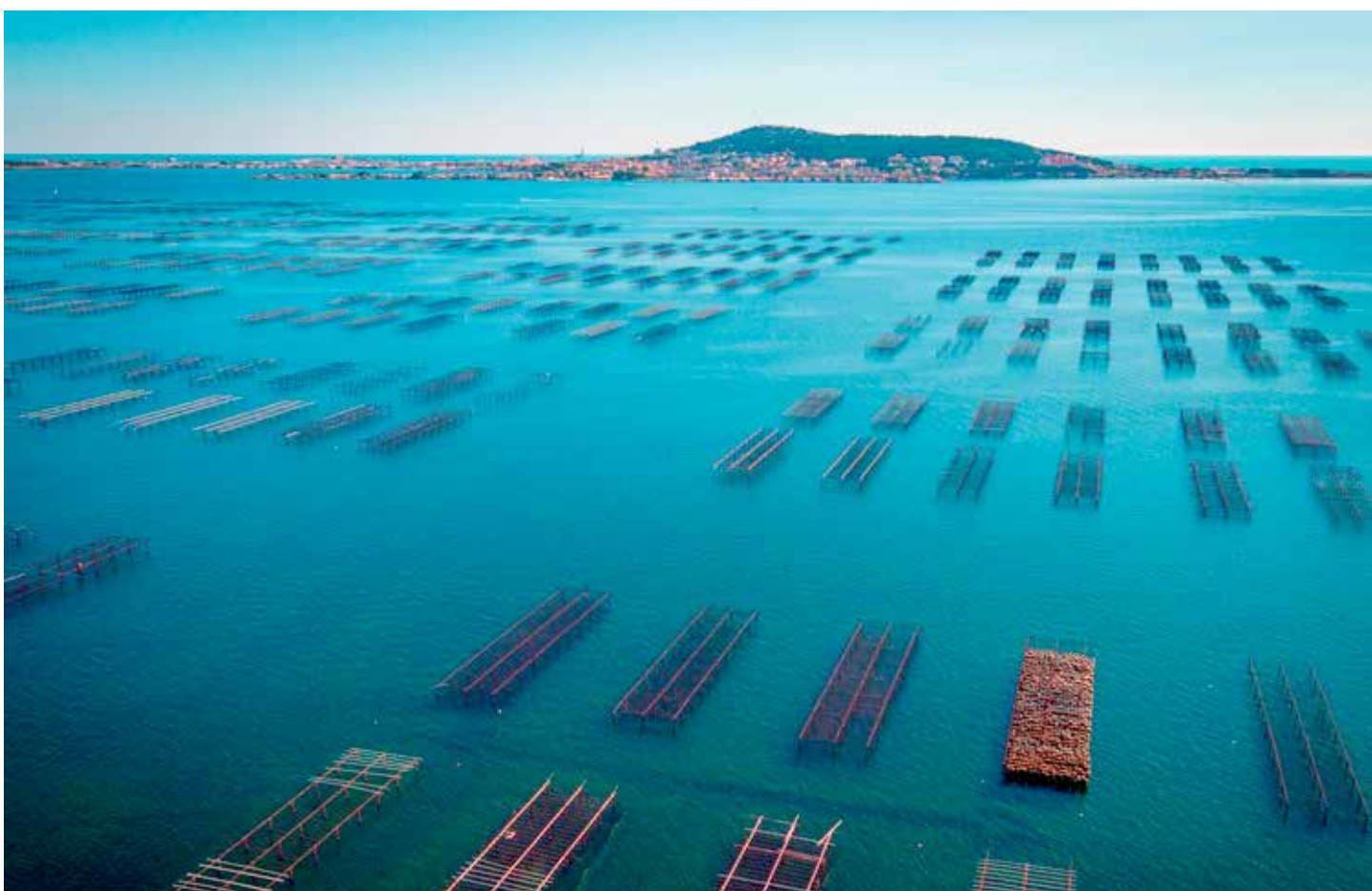
Avec la publication par la Commission (DG Growth / compétitivité) du « Parcours de Transition pour le tourisme » qui s'inscrit dans le cadre plus global de la mutation de la stratégie industrielle de l'Union Européenne, l'observation

de l'activité touristique et de son empreinte environnementale est une préoccupation qui a vocation à être normée à l'échelle européenne et à laquelle pourra contribuer la Région.

- **Action 51** : Développer une **connaissance des impacts du changement climatique sur les activités touristiques** des territoires et des filières et travailler collectivement sur des **plans d'adaptation et de résilience**

- **Action 52** : Renforcer le **dispositif d'observation du tourisme** en région en lien avec le système statistique européen qui comprend des indicateurs sur les incidences

économiques, environnementales et sociales du tourisme et travailler sur l'empreinte environnementale du tourisme et des loisirs en Occitanie



L'étang de Thau (34) © Stintzy Julien - Région Occitanie

## PRIORITÉ 4.6

# LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE DE TRANSFORMATION DU TOURISME RÉGIONAL : SIMPLIFICATION, INGÉNIERIE, ÉVALUATION

La simplification des dispositifs et interventions régionales est un enjeu majeur en termes de politiques publiques et correspond à un axe fort de la politique régionale. A ce titre les dispositifs qui seront déployés s'inscriront dans ce mouvement de simplification au bénéfice des usagers.

Ces dispositifs seront moins nombreux et plus lisibles. Ils auront pour objectif de répondre aux orientations du Pacte vert pour l'Occitanie en termes de transformation environnementale, énergétique, digitale et sociétale. Le rééquilibrage territorial et la création d'emplois seront également

pris en compte.

Les concertations réalisées dans le cadre de la préparation du SRDTL 2022- 2028 ont été l'occasion pour les partenaires de formaliser leurs attentes en termes d'ingénierie.

- **Action 53** : une **ingénierie de projet** au plus près des territoires et des acteurs

La Région se propose de développer une ingénierie régionale de projets en soutien direct des dynamiques économiques locales en s'appuyant sur les actions du SRDTL pour, plus particulièrement :

- Organiser le renforcement des compétences des acteurs (internes puis externes) à travers des formations-actions pratiques et opérationnelles,
- Expérimenter cette méthodologie en appui des Appels à projet et appels à manifestations d'intérêt qui seront lancés,
- Structurer un collectif d'acteurs sur les projets de territoires : initier des revues de projet en s'appuyant sur les Maisons de Région (notamment pour les projets complexes impactant plusieurs types d'activités et d'acteurs),
- Développer une plateforme collaborative en lien (digitalisation de l'ingénierie) finançable par des projets européens / hub innovant permettant d'orienter les acteurs vers des ressources documentaires, méthodologiques, des formations longues (MOOC) ou des webinaires et des communautés (forums thématiques),
- Structurer un centre de ressources et des outils de diffusion (y compris observatoire du tourisme durable) et diagnostics de territoire flash,
- Partager et transférer les connaissances à grande échelle y compris auprès des organismes de formation,
- Structurer et co-animer les projets de dynamiques économiques locales.

Thématiques identifiées :

- Développement touristique et économique territorial,
- RSE,
- Management des destinations et gestion des flux pour un développement durable maîtrisé.

### • Action 54 : Renforcer la conditionnalité des aides



La création et le maintien des emplois, la souveraineté économique, la transformation des modèles, en particulier les transformations environnementales et sociétales sont au cœur de la stratégie régionale.

Les aides aux entreprises et porteurs de projets touristiques seront par conséquent exclusivement orientées vers la réalisation de ces objectifs et engageront contractuellement les bénéficiaires en contrepartie. La réduction de l'empreinte environnementale et le développement

de la sobriété énergétique, l'amélioration des conditions de travail, l'évolution professionnelle des salariés et le respect de clauses sociales, la lutte contre les discriminations, l'éthique financière, l'insertion de l'entreprise dans son écosystème local, constituent les principes qui conditionneront l'intervention régionale.

Les aides de la Région seront donc sujettes à des critères d'éligibilité et des modalités d'intervention incluant une combinaison d'incitations et de conditionnalités en termes

de niveau de transformation des modèles, d'égalité de traitement (en particulier entre les femmes et les hommes), de conditions de travail et de politiques « Ressources Humaines » et d'éthique financière de maintien de l'activité et de l'emploi, d'économie locale.

La conditionnalité des aides sera appréciée à quatre niveaux : dans la conception des dispositifs, dans les critères d'éligibilité, dans l'appréciation des projets et dans les conditions de maintien des aides.

#### 1. Eco conception des dispositifs

Les dispositifs d'aide de la Région seront bâtis en cohérence et en convergence avec les objectifs du Pacte Vert lancé en novembre 2020. Ils devront démontrer que par les objectifs recherchés, les modalités de mise en œuvre ou leurs critères de conditionnalité, ils répondent à au moins une des ambitions du Pacte vert sans aller à l'encontre des autres.

#### 2. Eligibilité aux dispositifs

Pour être éligible, toute entreprise sollicitant une aide de la Région devra obligatoirement réaliser un auto-diagnostic Impact Score (avec un module simplifié pour les TPE de moins de 10 salariés) permettant de mesurer son niveau de transformation sur 5 axes :

- Stratégie à impact,
- Impact social,
- Impact écologique,
- Partage du pouvoir,
- Partage de la valeur.

Elle devra par ailleurs à minima :

- Être en règle avec ses obligations fiscales et sociales,
- Disposer d'une situation financière saine : fonds propres positifs, absence de procédure judiciaire en cours (à l'exception des dispositifs spécifiques pour les entreprises en difficulté).

Elle devra également s'engager notamment à :

- Réduire son empreinte environnementale et améliorer son efficacité énergétique,
- Lutter contre les discriminations de toute nature,
- Assurer des conditions de travail décente (prévention des risques, lutte contre le travail illégal),
- Favoriser l'évolution professionnelle de ses salariés,
- Lorsque le projet comporte un volet immobilier, à préciser les mesures mises en œuvre pour limiter l'artificialisation des sols et dans tous les cas indiquer les mesures prises pour réduire l'impact environnemental du projet.

Tout défaut d'une seule de ces conditions conduira au rejet de la demande.

### **3. Critères d'appréciation**

Des critères d'appréciation des projets seront mis en place qui conduiront à moduler l'intensité de l'aide, voire à la refuser. En particulier, le résultat de l'impact score et la capacité du projet de l'entreprise à améliorer son impact score constitueront un des critères de décision et de modulation de l'intensité de l'aide régionale.

Seront par ailleurs appréciés :

- L'éthique financière de l'entreprise et sa politique de partage de la valeur :
  - » Poids des produits financiers au regard du montant potentiel de l'aide,
  - » Poids des dividendes versés au regard de la capacité d'autofinancement de l'entreprise,
  - » Le montant des dividendes versés servant uniquement à la rémunération des actionnaires au regard de la subvention sollicitée,
  - » La rémunération totale des dirigeants actionnaires compte tenu à la fois des salaires perçus et des dividendes.
  
- Le niveau d'engagement environnemental et la politique sociale de l'entreprise au-delà des seules exigences réglementaires :
  - » Le niveau de transformation de l'entreprise au regard de son impact score,
  - » L'impact du projet sur le niveau de transformation de l'entreprise,
  - » L'impact du projet sur la création d'emploi,
  - » L'impact du projet sur l'environnement (émission GES, consommations énergétiques, biodiversité),
  - » L'impact économique du projet sur le bassin d'emploi concerné (emplois directs et indirects, sous-traitance locale, fiscalité, etc),
  - » La capacité du projet à répondre aux enjeux de souveraineté économique.

### **4. Conditions de maintien des aides versées**

Les conventions passées avec les entreprises prévoiront des conditions pour le maintien des aides versées en termes de maintien des emplois et des actifs aidés en région, de façon à prévenir tout risque de délocalisation d'une entreprise aidée par la Région.

Ainsi, les entreprises aidées devront maintenir les investissements et les emplois aidés, pendant la durée de réalisation du programme et durant les 3 ans qui suivent pour les PME et 5 ans pour les ETI et les Grandes Entreprises sur le site ayant bénéficié de l'aide. Elles devront également maintenir l'activité sur le site aidé, pendant une période de 8 ans à compter de la date de signature de la convention.

Toute opération en capital affectant le contrôle de l'entreprise et toute opération conduisant au déménagement de l'établissement soutenu pourra conduire la Région à exiger le remboursement de l'aide.



# Annexes



# Annexe I : Bilan du SRDTL 2017-2021

## II – LE SRDTL 2017-2021 SOCLE DE LA MUTATION VERS DU « MIEUX TOURISME EN OCCITANIE »

Voté en juin 2017, le SRDTL 2021-2027 a fixé les enjeux, orientations et actions visant à structurer une politique régionale nouvelle intégrant le territoire des Régions Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées et répondant aux attentes des entreprises et acteurs publics ainsi qu'aux attentes des clientèles locales, nationales et internationales.

L'Occitanie a engagé la mutation des politiques touristiques avant la crise du coronavirus, en s'appuyant sur une approche durable, responsable et solidaire. Le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs 2017-2021 a posé les premières bases de cette mutation.

Ainsi ont été mis en œuvre la politique des Grands Sites d'Occitanie, les dispositifs d'aide aux entreprises touristiques et structures du tourisme social et solidaire, les actions en faveur de l'innovation avec pour point d'orgue le Campus de l'Innovation Touristique, la refonte de la gouvernance

du Comité Régional du Tourisme, la stratégie montagne avec la structuration de la Compagnie des Pyrénées et de l'Agence des Pyrénées, le développement de la Grande Itinérance. En complément, la Région a mis en place une ingénierie financière innovante avec le Fonds tourisme Occitanie. Les projets d'équipements et d'aménagements touristiques accompagnés par la Région notamment ceux situés dans les Grands Sites d'Occitanie intègrent une approche globale y compris en termes de médiation culturelle, de qualité urbaine ou encore d'aménités proposées aux touristes, qu'il s'agisse de toilettes, de parking ou d'investissements permettant de gérer les déchets.

Afin de conforter l'activité touristique sur l'ensemble du territoire régional et notamment en zone rurale, les dispositifs régionaux, tant pour les projets touristiques publics que privés, ont mis en place un système de bonification en faveur de certains projets se situant dans les territoires

de Grands Sites d'Occitanie, les bourgs centres et les communes de moins de 5 000 habitants.

Sur le littoral, consciente de ces enjeux, la Région s'est dotée en 2013 d'un Parlement de la mer et a signé en 2017 avec l'Etat et la Caisse des Dépôts le Plan Littoral 21.1 milliard d'€ d'investissements a été atteint, dont près de 500 M€ venant de la Région, ainsi qu'une mobilisation sans précédent, 50 ans après la Mission Racine.

Les territoires de montagne, où vit 1 habitant sur 5, représentent 55% du territoire d'Occitanie. La Région a mis en place un Parlement de la montagne et élaboré le Plan Montagnes d'Occitanie « Terres de Vie 2018-2025 », adopté en décembre 2018, fruit d'une concertation approfondie. Plus de 800 M€ d'investissements sont dédiés à ce plan structuré autour de 8 axes stratégiques dont un dédié au potentiel et à l'attractivité touristiques de ces territoires.

# ORIENTATION 1 | La qualité des territoires et des entreprises touristiques : un enjeu d'innovation et d'internationalisation

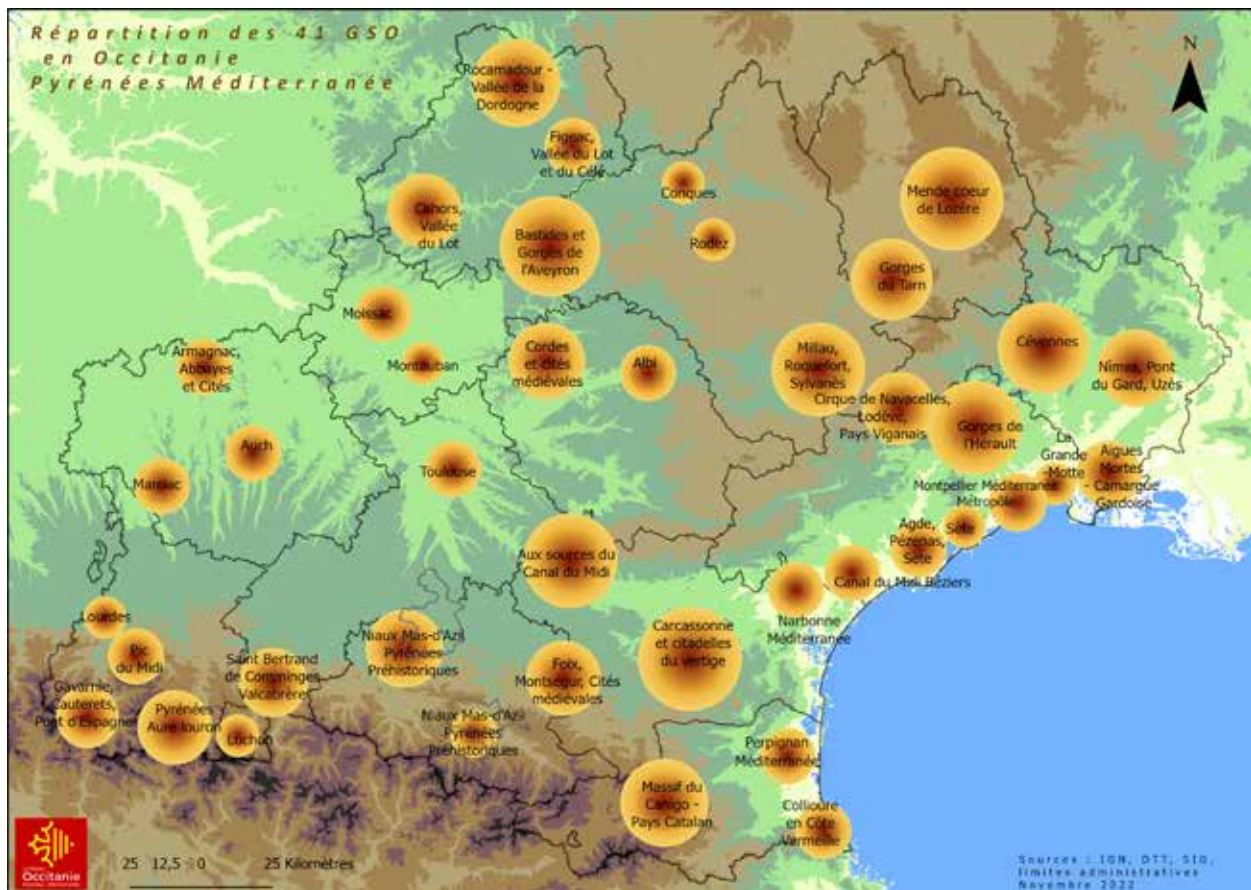
## Les Grands Sites d'Occitanie

41 Grands Sites d'Occitanie ont été labellisés durant la période 2017/2021. Destinations majeures de l'Occitanie, ces sites illustrent la richesse de la destination et sa diversité.

A travers les Grands Sites d'Occitanie, ce sont 41 projets de terri-

toires structurés par les acteurs locaux qui ont permis l'émergence de stratégies touristiques transversales (tourisme, culture, patrimoine, environnement et innovation) répartis sur l'ensemble du territoire : 8 sur la Méditerranée, 10 en zone Massif Central, 9 dans les Pyrénées, 6 en zone

campagne, 8 en zone urbaine. Ce ne sont pas moins de 2500 communes et 85 intercommunalités qui sont concernées.



Répartition des 41 GSO en Occitanie Pyrénées-Méditerranée © IGN, DTT, SIG

La Région a accompagné ces projets par des aides incitatives, l'organisation de la gouvernance

à l'échelle des territoires, une offre en ingénierie et un plan de promotion et de communication

pluriannuel piloté par la Région avec l'appui du CRTL.

Entre 2016 et 2021 :

- Près de 2 000 projets publics et privés aidés par la Direction du Tourisme et du Thermalisme sur l'intégralité des territoires Grands Sites Occitanie / Sud de France représentant un montant d'aide régionale de plus de 125 M€
- Près de 200 Comités de Pilotage et Comités Techniques ont été organisés par les territoires en présence des partenaires de la démarche GSO (Communes, EPCI, Départements, Région, OT référents) permettant d'optimiser la pertinence des projets des territoires et de coordonner les actions
- Une charte graphique, des outils de communications (spots, courtes vidéos,) et magazines et ouvrages touristiques ont été réalisés et diffusés afin de faire découvrir aux habitants de la Région la collection des GSO autour de différentes thématiques : art de vie, gastronomie, artisanat...

## La qualité, innovation et internationalisation des entreprises

La démarche Qualité Tourisme Occitanie Sud de France s'est déployée dans tout le territoire avec l'appui des ADT mobilisés pour sensibiliser les professionnels à la démarche.

La Région, en qualité de pilote, et Ad'occ, pour la mise en œuvre opérationnelle ont :

- conduit le déploiement de la démarche à l'échelle de l'Occitanie,
- digitalisé le process de labellisation, dans un souci de simplification du processus d'adhésion et pour plus de

fluidité et de rapidité (ateliers de sensibilisation, saisi des audits, flux de labellisation en ligne),

- animé près de 50 ateliers techniques par an y compris lors du Campus de l'innovation touristique et en période de crise Covid,
- assuré la promotion des labellisés sur les réseaux sociaux et site web dédié et via les outils de communication du CRTL,
- contribué au comité de pilotage national et assuré le lien avec les professionnels

adhérents via les réseaux nationaux,

- conçu et expérimenté le référentiel caveaux/points de vente repris au niveau national.

1673 entreprises labellisées dont 1408 labellisées Qualité Tourisme Sud de France et 265 entreprises labellisées Qualité Tourisme via les conventions avec les têtes de réseaux nationales

L'innovation en tourisme a été porté par quatre actions :

- le soutien des projets d'innovation des entreprises à travers l'appel à projets Readynov tourisme qui a permis de financer les projets collaboratifs entre des entreprises et des laboratoires régionaux,

- le financement d'études de faisabilité et de projets directs,
- le soutien des entreprises accélérées dans le cadre de l'accélérateur Open Tourisme Lab,
- la conception et l'organisation des 3 éditions du

Campus de l'Innovation Touristique Organisation, rendez-vous annuel des acteurs et professionnels du tourisme et des entreprises régionales porteuses de solutions ou d'initiatives inédites.

- » Readynov : 9 projets accompagnés (dont 20 entreprises et 2 laboratoires) pour un montant total de 2,3 M€ et un montant total d'investissement de 4,2 M€
- » 13 projets d'innovation accompagnés
- » Open Tourisme Lab : 59 entreprises accompagnées pour un montant total de 1,1 M€ d'aide
- » Les 3 éditions du Campus : 3 150 visites, 150 entreprises exposantes, 60 ateliers et 20 conférences organisés, 1 000 RDV d'affaires organisés, 60 capsules vidéos d'interview et de solutions innovantes réalisées et 30 articles de presse

L'accompagnement des entreprises à l'international voté en avril 2019 n'a pas pu se déployer

pleinement à cause de la crise Covid malgré un démarrage encourageant en lien notamment avec

les actions de promotion internationale pilotées par le CRTL.

## La mutation des stations touristiques

La Région a accompagné le renouveau des stations touristiques et pôles de pleine nature par un soutien à l'investissement et à l'expérimentation afin de conforter un modèle de développement durable.

Que ce soit sur les territoires des Grands Sites Occitanie littoraux et de montagne, ou au niveau des pôles de pleine nature, la diversification vers une activité 4 saisons a été soutenue. Dans les stations des Pyrénées comme du

Massif Central, des alternatives au ski ont été encouragées ainsi que la structuration d'une offre en été.



Chaîne des Pyrénées depuis la terrasse sud du Pic du Midi (65) © Lapeyrere Sébastien - Région Occitanie

## Soutien à l'investissement et à l'emploi

La croissance des entreprises est un enjeu majeur car elle se traduit par la création d'emplois et de richesse et contribue à l'attractivité touristique de la destination.

La Région a mis en place des aides sous forme de subvention, d'avance remboursable et de garantie d'emprunt, créé le Fonds Tourisme d'Occitanie et structuré la Compagnie des Pyrénées.

Le dispositif d'aides aux entreprises touristiques voté le 7 juillet 2017 a permis de soutenir, en subventions et en avances remboursables, aussi bien les besoins

ponctuels des entreprises avec le Pass Tourisme que les projets structurants avec le Contrat de Développement et d'Innovations Touristiques sur l'ensemble des besoins des entreprises. Tous les secteurs du tourisme sont pris en compte à savoir l'hébergement, la restauration, les activités de loisirs et les activités réceptives.

Les CCI, interlocutrices historiques des porteurs de projet dans le domaine du tourisme ont facilité le déploiement des dispositifs régionaux.

Mis en place par la Région, la BEI, MCapital et les Caisses Régionales du Crédit Agricole fin 2019, le Fonds Tourisme Occitanie (FTO) est un outil innovant doté de 111 M€. Le FTO soutient les projets d'investissements structurants des entreprises du tourisme et a un réel effet de levier sur les prêts bancaires.

### Bilan du Fonds Tourisme Occitanie à fin 2021 :

- 453 sollicitations du FTO et 243 dossiers retenus
- 115 dossiers présentés en Comité Deal-Flow dont 101 dossiers ont recueilli un avis favorable pour près de 94 M€
- 64 dossiers présentés en Comité d'investissement pour 60 M€
- 48 prêts ont été accordés pour 45 M€

La Compagnie des Pyrénées, un outil partenarial opérationnel visant à :

- Donner les moyens aux stations de ski et de montagne d'affirmer et renforcer leur positionnement dans un marché très concurrentiel par le développement de leur attractivité et de leur performance,
- Mener une action plus forte et plus collective pour améliorer l'offre ski déjà présente mais aussi passer à une offre de montagne diversifiée et 4 saisons concrète, le tout dans le respect environnemental et

sociétal spécifique à la chaîne,

- Sécuriser et pérenniser économiquement les exploitations qui restent les clés de voûte des territoires de montagne, en développant les principes de mutualisation.

La Compagnie des Pyrénées compte parmi ses actionnaires principaux les 2 régions du massif, la banque des territoires et quasiment l'ensemble des départements pyrénéens. Via sa filiale, la « SAS Compagnie des Pyrénées Participations », elle intervient au capital de SEM locales chargées d'investir et d'exploiter des

stations de montagne, selon des modèles économiquement et écologiquement vertueux.

La Région Occitanie dans la continuité de la stratégie adoptée en 2019 et des principes posés lors de la Commission Permanente du 26 mai 2020, a adopté lors de son assemblée plénière du 16 juillet 2020 un plan de relance et de transformation de la filière thermale et bien-être en Occitanie, ainsi qu'un dispositif d'aide aux établissements thermaux à travers le Pass relance thermal et le Contrat de relance thermal.

Ce sont 22 projets portés par les établissements thermaux qui ont été accompagnés depuis 2016 pour un montant de 6 145 000 €.

## ORIENTATION 2 | Le tourisme, facteur d'équilibre territorial, économique et social

### L'attractivité des territoires

En complément de la politique des Grands Sites Occitanie et afin d'assurer le maillage du territoire, la Région a soutenu la création, la modernisation et la transformation d'équipements et d'aménagements publics touristiques générateurs de retombées économiques et d'emplois dans le respect des populations, de l'environnement, des paysages et de la biodiversité.

En complément de la politique des Grands Sites Occitanie et afin d'assurer le maillage du territoire, la Région a soutenu la création, la modernisation et la transformation d'équipements et d'aménagements publics touristiques générateurs de retombées économiques et d'emplois dans le respect des populations, de l'environnement, des paysages et de la biodiversité.

Ce soutien a porté autant sur des aides en subventions que sur un accompagnement en ingénierie technique et financière auprès des maîtres d'ouvrage publics pour permettre de qualifier les projets, de les intégrer à la stratégie régionale et d'assurer une ingénierie financière efficiente.

Ont été par exemple soutenus les équipements suivants :

refuges, parcours de pêche, lieux d'accueil touristique, activités de pleine nature (escalade, trail, via ferrata...), parcs animaliers, bases de loisirs ...

Depuis 2016, 308 opérations ont été accompagnées pour un montant d'aides de 33,34 M€

Dans certains cas ces équipements et aménagements s'inscrivent dans des projets plus intégrateurs, qu'il s'agisse des pôles

de Pleine Nature du Massif Central ou des grandes itinérances qui parcourent la Région. La structuration de nouveaux produits tou-

ristiques participe à l'attractivité du territoire et contribue au développement du tourisme sur les ailes de saison.

Depuis 2016, ce sont 79 projets qui ont été accompagnés au titre de la Grande Itinérance pour un montant d'aides de 9,1 M€.

En complément des investissements, un travail partenarial et structurant a été initié en transversalité avec les autres Directions régionales ainsi qu'avec le CRTL et la SNCF concernant les mobilités touristiques. Ce travail a permis :

- d'échanger des données géolocalisées entre le CRTL et le réseau liO afin d'identifier des offres touristiques/culturelles/événementielles accessibles en réseau liO,
- de partager des informations sur la fréquentation des gares

/sites touristiques majeurs, permettant de cibler les actions à mener,

- de qualifier et de présélectionner une offre de tourisme durable notamment dans les GSO accessibles avec le réseau liO Train,
- d'identifier des facteurs clés du succès d'offres mobilité (exemple du produit phare skirail).

Ce partenariat s'est également traduit par la réalisation de webinaires accessibles aux opérateurs

touristiques et de conférences.

L'agritourisme et l'œnotourisme sont des filières touristiques majeures en Occitanie. Cette offre a donné lieu à des dispositifs d'aides coordonnés ainsi qu'à une stratégie collective animée par le CRTL. En complément, les labels qualité tourisme Occitanie ont été développés pour les caveaux points de vente et chambre d'hôtes et le réseau Vignobles et Découvertes s'est structuré. Ces actions ont été menées avec l'appui des réseaux et de la Chambre Régionale d'Agriculture.

- 232 projets accompagnés pour un montant total d'aide de 13M€ (11 M€ de crédits Région +1,8 M€ de FEADER + 0,17 M€ de cofinancement des Départements)
- 384 caveaux et points de vente labellisés Qualité Sud de France Occitanie
- 19 vignobles labellisés Vignobles & Découvertes
- 250 produits sous signe officiel de qualité ou d'origine protégée, 87 appellations viticoles

## La professionnalisation, la formation et l'emploi des acteurs du tourisme

En partenariat avec les Directions concernées, plusieurs actions ont été menées dans le domaine de la professionnalisation, de la formation et de l'emploi :

- Expérimentation sur la Gestion Territoriale de l'Emploi et des Compétences (GTEC) Bassin de Thau (réalisation d'une étude/enquête en vue

de la mutualisation des besoins en matière de formation et d'emploi à l'échelle de ce territoire) ;

- Promotion des dispositifs d'aides dédiés aux ressources humaines ;
- Création d'un outil de e-learning « e-form tourisme » en partenariat avec Pôle Emploi

dans le cadre du PIC (Plan d'Investissements dans les Compétences) qui a permis la création d'un module de sensibilisation à l'accueil touristique et d'un module dédié à la connaissance du territoire régional et infra-local (GSO).

## Un tourisme pour tous en Occitanie

La Région Occitanie porte une attention particulière au Tourisme Social et Solidaire qui contribue au développement d'un tourisme durable, responsable et accessible à tous.

La Région propose ainsi différents outils pour aider la filière à

s'adapter, accompagner les investissements, favoriser l'innovation et promouvoir la filière :

- le soutien à l'investissement avec les Pass et Contrats du Tourisme Social et Solidaire,
- l'aide à la promotion à travers les actions mises en oeuvre

par le CRTL dont le club jeunesse,

- l'aide aux 1<sup>ers</sup> départs,
- l'aide aux transports grâce aux tarifs incitatifs mis en place au titre du réseau liO pour les clientèles jeunes et seniors.

Lors du mandat 2016-2021, la Région a accompagné 69 projets d'établissements du TSS pour un montant total d'aide de 10,12 M€ et un montant d'investissement cumulé de 61,2 M€.

En partenariat avec l'UNAT, la Région a soutenu le départ en vacances de 12 600 enfants correspondant à 156 500 journées / vacances pour un montant de près de 3,1 M€.

La durée de séjour de ces enfants a été comprise entre 11 et 12 jours.



Cap Découverte, parc de loisirs, d'activités sportives et ludiques, Le Garric (81) © Pouchard Sébastien - Région Occitanie



## ORIENTATION 3 | Une destination Occitanie connectée à l'écoute des évolutions de la demande et de sa concurrence

### Une politique marketing offensive

Le CRTL a élaboré et mis en œuvre la stratégie marketing de la destination ajustée au regard des chiffres clés de la destination, des évolutions de l'offre et de la demande et des potentiels de croissance des univers de consommation touristique au fil des saisons.

Cette stratégie marketing multi-marchés est structurée autour de 3 axes :

1. Accorder une priorité au marché national et plus particulièrement de grande proximité

2. Conforter les marchés européens et longs courriers matures qui constituent le volume actuel des clientèles
3. Développer les parts de marchés sur les pays moyens et longs courriers en dynamique de croissance pour la France

Pour ce faire le CRTL a mis en œuvre les orientations suivantes :

- une approche segmentée par univers de consommation et filières prioritaires au bénéfice des territoires et des en-

treprises,

- le développement d'une stratégie régionale de la relation client,
- le développement de la stratégie régionale de mise en marché des entreprises : actions favorisant la mise en marché des entreprises régionales auprès des voyageurs et clubs d'entreprises CRTL.

En 2019, la destination Occitanie Sud de France totalisait 208 millions de nuitées touristiques, représentant 15,9 milliards d'euros de retombées économiques pour le territoire.

Au titre de sa mission de veille et d'observation, le CRTL a développé une plateforme de collecte et d'analyse « big data ». En prenant appui sur des sources de

données de plus en plus fines et volumineuses, le CRTL a développé une infrastructure et des outils adaptés aux enjeux du tourisme, en collaboration étroite avec les

observatoires départementaux du tourisme pilotés par les Agences départementales de tourisme et les Offices de tourisme.

Plus de 60 zones (dont les espaces de destination, les GSO, les PNR) observées dans le cadre du suivi de la fréquentation et des mobilités touristiques via la téléphonie (Flux Vision tourisme)

Plus de 15 000 entreprises touristiques interrogées chaque mois (entre avril et octobre) dans le cadre du dispositif de conjoncture partagé avec les départements.

Un groupe de travail technique constitué de l'Agence d'Attractivité, du Convention Bureau Toulouse, du Club Hôtelier Toulouse Métropole, de l'aéroport de Toulouse Blagnac, du Comité Départemental du Tourisme de la Haute-Garonne et du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie s'est structuré afin d'identifier et de mener des actions sur les marchés étrangers, en cohérence avec le réseau des

lignes aériennes et leur potentiel en terme de tourisme réceptif (campagnes de communication, marketing, workshops BtoB et presse, présentations de la destination, webinaires et workshops online durant la période de crise sanitaire).

Afin de soutenir le tourisme d'affaires y compris l'activité incentive, le CRTL à travers le club Business Occitanie a organisé et participé à différentes workshop

et actions de promotion positionnées à Toulouse.

Nombreuses et diverses également ont été les actions menées avec l'Office du Tourisme de la métropole de Montpellier, à la fois en matière de promotions des différents atouts de la destination auprès de la clientèle d'agrément mais également sur le segment du tourisme d'affaires.

## L'accessibilité et les mobilités touristiques contribuant à l'internationalisation du tourisme

Le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs, en lien avec les partenaires territoriaux et les opérateurs touristiques et aériens, a mené des actions de marketing territorial visant à

conforter les clientèles internationales.

Il a également accompagné des lignes aériennes, notamment de nouvelles dessertes, en lien avec les compagnies aériennes, ainsi

que les bureaux d'Atout France à l'étranger afin de mener des actions de promotion et de communication ciblées sur les marchés étrangers (Canada, Japon et Israël).

## Digitalisation du tourisme régional

La plateforme digitale du tourisme régional a connu des évolutions à la fois technologiques et structurelles correspondant à une recherche d'efficacité accrue dans le contexte concurrentiel du marché et de la crise sanitaire :

- Fusion de l'offre touristique des 2 anciennes régions permettant d'afficher une offre « Occitanie » globale et cohérente à l'échelle du territoire régional (plus de 120 000 fiches de prestataires) via le développement d'un Hub d'Information Touristique (HIT) permettant d'agréger et de faire interagir diverses sources ;

- Enrichissement permanent des contenus permettant un meilleur référencement sur Google (le site du tourisme régional est désormais le référent dans son domaine) ;
- Migration technique de la plateforme digitale permettant de gagner en réactivité et en performance (temps de chargement des pages réduit, navigation améliorée, ultra-connexion avec la base de données régionale, ...);
- Développement de fonctionnalités permettant la connexion entre les offres touristiques et les transports régionaux : insertion

d'un widget de réservation de train (liO) dans les fiches des prestataires, affichage de la totalité de l'offre de loisirs accessible en train, ... ;

- Développement d'un dialogue permanent avec les clientèles par le biais de e-newsletters ciblées et via les Réseaux Sociaux (posts affinitaires, posts sponsorisés, recrutement de fans, ...).

Entre 2017 et 2021, l'audience des sites Internet du tourisme régional est ainsi passée de 1,4 à 2,7 millions de visites (+ 54%), et de 3,3 à 6,2 millions de pages vues (+53%).

## ORIENTATION 4 | Une nouvelle gouvernance fédératrice et partagée, un système d'évaluation continue

### Une gouvernance au service des territoires

Dans le respect du Code du tourisme, la Région a mené des concertations avec les territoires pour élaborer le SRDTL 2017/2021 dans le cadre d'une consultation des acteurs publics et privés.

Une convention de partenariat a été signée avec chaque Département pour assurer la cohérence entre le schéma régional et les schémas départementaux. De plus, des réunions techniques annuelles de suivi de la mise en

œuvre des conventions se sont déroulées jusqu'en 2020 et la crise Covid.

### Les contrats de grands Sites Occitanie

L'appel à projets Grands Sites d'Occitanie a incité les territoires à se regrouper afin de formaliser un projet de développement touristique à l'échelle d'une destination, ancré sur un ou plusieurs sites majeurs sous le pilotage

d'une collectivité locale (métropole, EPCI, commune). Ces projets ont donné lieu à l'élaboration d'une feuille de route déclinant les actions à mener et le calendrier de mise en œuvre.

Ces contrats de destination ont été signés par l'ensemble du partenariat associant les collectivités concernées, la Région et le Département.

### L'Agence des Pyrénées

L'Agence des Pyrénées, créée le 1<sup>er</sup> janvier 2021, est une structure interrégionale consacrée au développement, à la valorisation et à la préservation du massif des Pyrénées.

Issue de la fusion de 3 associations préexistantes (l'ADEPFO, le CIDAP et la Confédération pyrénéenne du tourisme), elle permet aux collectivités publiques :

- d'avoir une vision à 360° des enjeux du massif et de décloisonner les approches et les outils d'intervention,
- de renforcer les synergies entre les missions de forma-

tion-développement (portées par l'ex ADEPFO), de promotion touristique (portées par l'ex Confédération Pyrénéenne du Tourisme) et de développement numérique des zones de montagne (portées par l'ex CIDAP).

Cette Agence dont le siège social est à Saint-Gaudens, associe les Régions Nouvelle Aquitaine et Occitanie/Pyrénées-Méditerranée, leurs partenaires départementaux, l'Etat et les stations pyrénéennes. Elle devra au-delà des partenaires fondateurs, fé-

dérer l'ensemble des forces vives du Massif pour couvrir l'ensemble des composantes du développement des Pyrénées.

L'ambition majeure de l'Agence des Pyrénées est d'inspirer, encourager et soutenir une nouvelle dynamique de développement dans le massif pyrénéen en s'appuyant sur ses richesses naturelles, patrimoniales, économiques et humaines.

En synthèse, elle accompagne dans les Pyrénées l'émergence d'un nouveau modèle de développement et de gestion durable des ressources.

### Une gouvernance organisée avec des conventionnements et des contrats d'objectifs, et s'appuyant sur un Comité Régional du Tourisme Occitanie structuré.

# STRATÉGIE D'ADAPTATION DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE RÉGIONALE À LA CRISE COVID 2020 - 2021

Alors que l'année 2020 avait plutôt bien démarré avec une fréquentation en hausse pour les mois de janvier et février, la crise Covid a eu pour conséquence logique de limiter à quasiment zéro la fréquentation touristique de l'Occitanie au fur et à mesure des confinements durant les années 2020 et 2021.

Malgré les reprises d'activités touristiques notamment durant les périodes estivales de nombreux secteurs sont restés durablement en tension : la restauration, les agences de voyages et les entreprises de la culture et des loisirs, l'hôtellerie et l'évènementiel (notamment pour ce qui relève du tourisme d'affaires et du MICE qui sont restés à l'arrêt depuis durant plus de deux années), certaines entreprises de l'hôtellerie de plein air à très forte clientèle internationale non compensée par l'apport régional, le tourisme social et solidaire avec l'arrêt brutal des voyages scolaires et enfin les activités économiques liées au thermalisme ou à de grands événements notamment culturels ou culturels (Lourdes).

A ces situations se rajoutent les activités liées à la saison d'hiver (vacances de Noël et de février) qui ont connu une fermeture des remontées économiques. Pour autant, il faut noter à l'instar de l'été, de bons résultats dans les stations du Massif Central (Aubrac, Lozère) mais aussi une fréquentation des sites nordiques en augmentation. Ces résultats mettent en avant une évolution vers du tourisme quatre saisons tant dans les destinations de montagne que sur le littoral augurant un élargissement des saisons touristiques qu'il conviendra de renforcer.

## **Bilan des actions de la Région en 2020/2021**

Afin d'accompagner la filière touristique et thermale depuis le démarrage de la crise Covid, la Région a mis en œuvre un ensemble d'actions co-construites avec les représentants des filières touristiques, consultées régulièrement, et organisées autour de 3 enjeux :

- Accompagner les entreprises afin de maintenir les activités touristiques et préparer le redémarrage après la période de confinement ;

- Protéger les salariés et consolider le pouvoir d'achat des familles par des aides aux vacances ;
- Relancer la demande et la fréquentation touristique par un plan d'actions offensif en matière de promotion et de communication de la destination Occitanie ;
- Mettre en place, dans le cadre du Plan Littoral 21 et du Plan de Relance, un Appel à projet « Tourisme durable Mer & Littoral » doté sur 2021 et 2022 d'une enveloppe globale de 5 M€ (2,5 M€ de la Région et 2,5 M€ de l'Etat). Ce dernier a vu la sélection de 33 projets, en lien notamment avec les mobilités douces sur le littoral, la modernisation et la transition écologique dans les ports de plaisance, la végétalisation des stations littorales...

## LA RÉGION FACE À LA CRISE SANITAIRE SOUTIEN MAJEUR AU SECTEUR DU TOURISME

Une dynamique de soutien dès le début de la crise qui s'est adaptée au fur et à mesure de la situation sanitaire et des besoins des acteurs avec l'appui des filières et des territoires

Le soutien  
aux  
entreprises

- **L'occal** : un dispositif partenarial inédit associant la BdT, les EPCI et les CD et **intégrateur** (soutien aux activités économiques locales) qui a **évolué en continu** en fonction de la crise et des contraintes réglementaires afin de maintenir les activités, de préparer la relance et de maintenir l'attractivité des territoires
- Les **aides aux entreprises** : un accompagnement aux investissements de relance
- La **mobilisation et l'adaptation du Fonds Tourisme Occitanie** y compris en faveur de la filière événementielle

Plans, filières  
et  
destinations

- Le plan de relance et de transformation de la filière thermique bien-être
- Le Plan de relance Lourdais
- La mobilisation de la Compagnie des Pyrénées et de l'Agence des Pyrénées pour soutenir le tourisme de montagne

Soutenir les  
familles et  
les salariés

- Mise en œuvre de la **carte Occ'ygène** avec un soutien aux familles en difficulté et aux soignants Covid
- Organisation de webinaires à destination des salariés et chefs d'entreprises pour organiser la gestion de crise et préparer la relance

Relance  
de la  
demande

- Un plan d'actions de relance au titre de la promotion et de la communication mis en œuvre par le CRTL en 2020 et 2021 co-construit avec les territoires et les filières à destination de la clientèle d'agrément
- Le soutien à la filière affaires en anticipation de la reprise des activités du tourisme d'affaires

### » **Pass et contrat tourisme 2020/21**

37 M€ d'aide directe aux entreprises

### » **L'occal**

Près de 20 000 dossiers et 70 M€ d'aide mobilisés

### » **Fonds tourisme Occitanie**

Abondement complémentaire de 4M€ et création d'un compartiment relance et consolidation

# Annexe 2 : Le parcours de transition pour le tourisme



Le « parcours de transition pour le tourisme », document majeur en matière de stratégie européenne, a été publié en février 2022 par la Commission à l'issue d'un processus collaboratif. Il décrit les ambi-

tions et objectifs souhaités pour la transition.

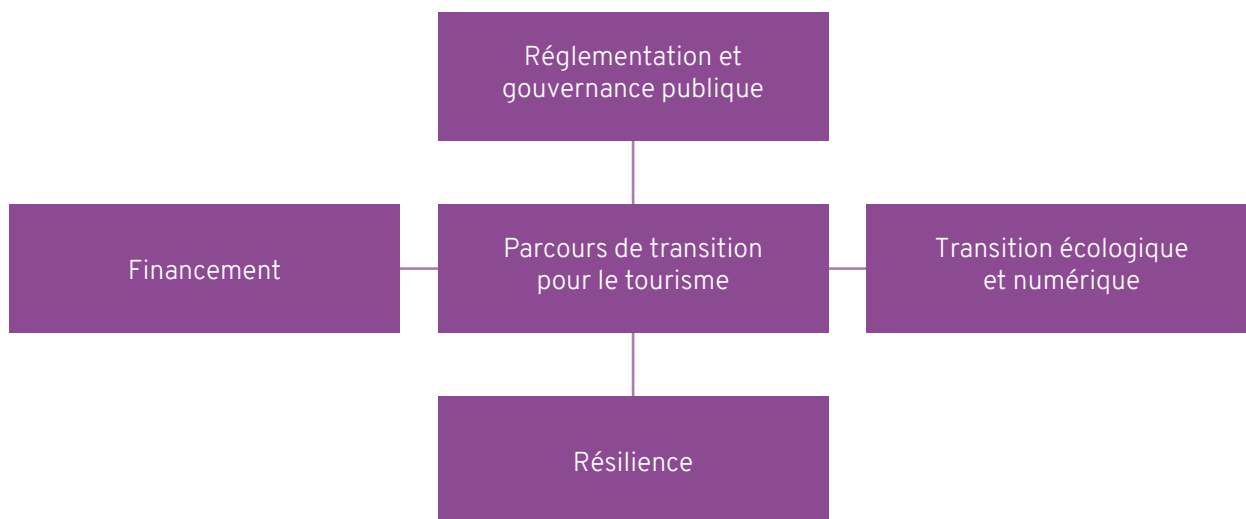
Le parcours de transition pour le tourisme s'inscrit dans une réflexion plus globale de la Commission qui porte sur une nouvelle stratégie visant à accompagner

les écosystèmes industriels dans les transformations écologiques et numériques, ainsi qu'à stimuler la compétitivité mondiale de l'industrie européenne.

## Le poids du tourisme dans l'UE (données 2019)

- 9,5% du PIB total de l'Union
- 22,6 M d'emplois
- 3,2 M d'entreprises dont 99,8% sont des microentreprises ou des PME
- Un écosystème très fortement impacté par la crise du Covid tant du point de vue des entreprises que des consommateurs (annulations de prestations et litiges)
- La baisse des recettes a été de 70% en 2020 et ce sont près de 11 M d'emplois qui ont été menacés
- Durant les 2 années 2020 et 2021, la sensibilité de l'économie touristique aux aléas sanitaires a mis en évidence à la fois une fragilité du secteur et également sa capacité de résilience.

## Un plan d'actions structuré en 4 axes et 27 mesures déclinées en actions



La Commission met en avant le caractère transversal du tourisme qui correspond au quotidien des Régions françaises dont les compétences en matière de transport, d'économie et d'innovation, d'attractivité, d'aménagement du territoire, de formation, de culture, ... doivent être coordonnées à l'échelle de la région et des territoires infra régionaux.

## Les 27 thèmes du parcours de la transition

	<b>RÉGLEMENTATION ET GOUVERNANCE PUBLIQUE</b>
Thème n° 1	Des mesures équitables concernant les locations de courte durée
Thème n° 2	Une réglementation en faveur des déplacements combinant plusieurs modes de transport
Thème n° 3	Amélioration des statistiques et des indicateurs sur le tourisme
Thème n° 4	Elaboration ou mise à jour de stratégies touristiques globales
Thème n° 5	Gouvernance partagée des destinations touristiques
	<b>TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET NUMÉRIQUE</b>
Thème n° 6	Mobilité durable
Thème n° 7	Circularité des services touristiques
Thème n° 8	Transition écologique des entreprises de tourisme
Thème n° 9	Des services touristiques fondés sur les données
Thème n° 10	Améliorer la mise à disposition d'informations en ligne sur l'offre touristique
Thème n° 11	Des bonnes pratiques facilement accessibles, l'apprentissage par les pairs et la mise en réseau des PME
Thème n° 12	Projets de recherche et d'innovation et projets pilotes relatifs au tourisme circulaire et respectueux du climat
Thème n° 13	Encourager l'utilisation des méthodes de l'empreinte environnementale de produit et de l'empreinte environnementale d'organisation, ainsi que la définition de règles de catégories sectorielles pour l'écosystème touristique
Thème n° 14	Mise en œuvre technique de l'espace des données du tourisme
Thème n° 15	La recherche et l'innovation en matière d'outils et de services numériques dans le domaine du tourisme
Thème n° 16	Soutien à la transition numérique des PME du tourisme et des destinations touristiques
	<b>RÉSILIENCE</b>
Thème n° 17	Des déplacements transfrontaliers facilités
Thème n° 18	Une gestion coordonnée et des informations à jour en matière de voyage
Thème n° 19	Sensibilisation aux compétences nécessaires à la double transition dans le secteur du tourisme
Thème n° 20	Sensibilisation à l'évolution de la demande touristique et aux possibilités offertes par la double transition pour le tourisme

Thème n° 21	Les acteurs du secteur de l'éducation chargés de renforcer et de renouveler l'enseignement du tourisme
Thème n° 22	Le pacte pour les compétences dans le tourisme
Thème n° 23	Un guichet unique sur les possibilités d'apprentissage pour les PME du tourisme
Thème n° 24	Des emplois touristiques justes et égaux
Thème n° 25	Améliorer l'accessibilité des services touristiques
Thème n° 26	Des services touristiques destinés aux touristes comme aux résidents
	<b>FINANCEMENT</b>
Thème n° 27	Renforcer la visibilité des possibilités de financement pour les acteurs du tourisme

Chacun des 27 thèmes du Parcours fait l'objet d'une déclinaison en actions, certaines relèvent de l'Etat français mais la plupart relève de la compétence des Régions et pourrait être mis en œuvre à leur initiative. On pourra citer :

- La mise en œuvre de nouvelles stratégies et gouvernances des destinations touristiques ;
- Le soutien aux entreprises plus particulièrement dans leur transition écologique et numérique, de l'économie circulaire ;
- L'observation du tourisme et la participation des Régions (et de leur Comité Régional du Tourisme) à la structuration d'un tableau de bord du tourisme incluant les aspects environnementaux, numériques, socio-économiques ;
- Les mobilités durables ;
- La mise à disposition d'informations en ligne sur l'offre touristique (à ce jour les Comités régionaux du tourisme coordonnent l'information infra régionale).



# Annexe 3 : Les Objectifs de Développement Durable

L'Organisation des Nations Unies a établi une liste de 17 objectifs de développement durable qui ont vocation à interpeler les citoyens du monde, les gouvernements et

les parties prenantes pour mettre en place des actions visant à assurer la prospérité tout en protégeant la planète. La Région, dans son Rapport

d'Activité et de Développement Durable – RADD, met en exergue certaines de ses actions qui répondent aux ODD.

## OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



## HÔTEL DE RÉGION

### Toulouse

22, bd du Maréchal Juin  
31406 Toulouse cedex 9

### Montpellier

201, av. de la Pompignane  
34064 Montpellier cedex 2

Appel gratuit / N°unique : 30 10

 @occitanie | [laregion.fr](http://laregion.fr)



La Région  
**Occitanie**  
Pyénées - Méditerranée