

## SREC OCCITANIE COMPTE-RENDU D'ATELIER

Intitulé de l'atelier	Tourisme
Lieu et date	Carcassonne, le 3 mars 2022
Animateur(s) Région	Magali FERRAND Muriel ABADIE
Animateur(s) Consultant(s)	Jacques Carrillo Léa Robert
Liste des participants	

### PARTIE 1 : A RETENIR

#### Objectifs complémentaires proposés par les participations et réactions

1. La **dimension digitale** est primordiale pour faciliter l'information du touriste, mais également pour faciliter la coopération entre les acteurs locaux afin de renforcer leur force d'action.
2. Il conviendrait de développer des **actions qui ciblent les jeunes** car ce sont les touristes de demain. Cette population a redécouvert qu'il y existe beaucoup de possibilités sur le plan touristique en local, et représentent donc une bonne cible pour l'Aude.
3. Le **Pass et le contrat TSS** ont permis, malgré la crise, aux acteurs de continuer à investir.
4. Dans la catégorie des métiers d'art, il y a une opportunité d'activité sur la **création de papier artisanal**, on pourrait créer en Occitanie une école pour apprendre à produire ce papier. Aussi, de plus en plus de personnes sont intéressées par des reconversions pour pratiquer un métier d'art. Il existe aujourd'hui une dizaine de fabricants de papier en France mais aucun ne propose de formation.
5. Le département de l'Aude dispose de deux villes universitaires avec un panel d'offre de formation très large. Il serait intéressant d'avoir une réflexion à l'échelle de la région sur les nouveaux besoins de formation pour le tourisme (notamment liés au digital). Il s'agit donc de **coordonner les problématiques de formation et du tourisme**.
6. **Associer les habitants Audois** au tourisme car une richesse recherchée dans le tourisme est la rencontre des populations locales.

### PARTIE 2 : PROPOSITIONS D'ACTIONS

Thématique 1	Nouvelles dynamiques économiques locales
--------------	--

Liste des actions proposées :

- **Valorisation des produits du terroir (agro.agri/viti) et de la restauration**
  - En B2C, favoriser la **création de halles** où l'on pourrait vendre les produits locaux. En B2B, créer une **centrale d'achat de produits locaux à destination des professionnels** (ce projet est à l'expérimentation avec les cantines de lycées et sera déployé ensuite)
  - Rendre obligatoire l'approvisionnement des halles par des produits locaux

- Développer des **Parcours immersifs** auprès d'acteurs économiques et agricoles (tourisme expérientiel)
- Installation de professionnels extérieurs (sur des offres souvent haut de gamme) à encourager
- Structurer et **promouvoir l'œnotourisme** à l'échelle des aires d'appellation.
- Création et communication de routes des vins
- **Artisanat**
  - Associer le canal du Midi à la mise en valeur de l'artisanat local
  - Développer l'art dans les rues de villages (street art etc.)
  - Créer des réseaux de vente qui regroupent des marques locales identitaires comme dans le textile par exemple
  - Mettre en réseau les métiers d'art
  - Mise en valeur de ces métiers par des actions ponctuelles
- **Communication et information**
  - Communiquer sur l'artisanat local dans les rues de villages
  - Inciter les communes à un positionnement identitaire comme Montolieu village du livre, Brousses village du papier
  - Répertoire, mieux connaître les artisans et producteurs pour mieux les valoriser et communiquer
- **Impacts sur l'emploi et la formation à anticiper**
  - Accompagner les territoires et entreprises touristiques dans l'acquisition de logiciels RH ainsi que sur les compétences RH pour accroître leur performance
- **Autres nouvelles dynamiques à développer**

Basé sur le patrimoine du territoire :

  - Identification et promotion des **Lieux *in*stagramables**
  - Archéologie : alliance de la recherche et du tourisme ; préparer l'après « Narbo via »
  - Aider les villages à se positionner sur la **labélisation plus beaux villages de France et cité de caractère**
  - Parcs régionaux :
    - Valoriser les savoir-faire (clef verte, production)
    - Nouveau marché à saisir : développer le tourisme responsable
  - Valoriser le patrimoine souterrain et minier de la **montagne noire**
  - Développer les **Sports de glisse** (thématique du vent)

Opportunités :

- **Développer des produits touristiques** plus « expérientiels », parcours immersifs
- **Valoriser les activités** qui ne sont pas directement touristiques dans le cadre du tourisme durable
- **Aider à l'ouverture de commerces** directement chez le producteur
- **Développer le secteur des Lieux de retraite**, de déconnexion, de calme, de bien-être
- **Imaginer un Tourisme industriel** autour des éoliennes flottantes

- Développer une Plateforme vélobib pour le littoral
- Décliner certains services traditionnellement « urbains » dans le rural (ex : livraison)

- **Coopération entre les acteurs**

Coopérations au sein de la filière :

- Susciter une **union sacrée de tous les acteurs** autour des grands sites
- **Articuler projets et acteurs touristiques** avec les politiques contractuelles entre région et territoires
- Organiser des RDV entre acteurs pour **créer un réseau local**
- Créer des **journées de découverte** pour les hébergeurs afin qu'ils mettent plus en avant les atouts locaux (artisans, producteurs ...)
- Hébergement : créer et accompagner des coopératives/partenariats entre **petits hébergeurs** pour permettre l'accueil de groupes

Concevoir le secteur du tourisme de manière plus inclusive :

- Favoriser les **circuits courts**
- **Travailler avec les habitants**, ce sont les premiers ambassadeurs et les premiers impliqués. Aussi les impliquer dans la création de nouvelles offres TSQ.
- **Nouer des partenariats locaux** avec les/entre prestataires (chez nous char à voile, kayak, LPO)
- **Mutualiser les moyens économiques** entre tous les acteurs (y compris commerçants) sur des axes stratégiques locaux
- **Sensibiliser les acteurs** d'autres secteurs économiques au tourisme

Autre

- S'inspirer des **bonnes pratiques** des autres régions
- Réfléchir à une **meilleure adaptation de l'offre commerciale** au rythme touristique (horaires, période d'ouverture)

## Thématique 2

### Tourisme tout au long de l'année

Liste des actions proposées :

- **Événements/types d'activités qui permettraient de polariser l'activité sur les ailes de saison**
  - Exemples d'atouts de la région valorisables sur l'année : patrimoine, viticulture etc.
  - Propositions **d'activités à développer hors saison** :
    - Fêtes, festivals, animations, manifestations (ex le carnaval de Limoux, créer un festival des lanternes)
    - Renforcer la thématique médiévale à Carcassonne
    - Création de circuits touristiques adaptés à chaque saison
    - Activités nautiques

- Thématiques de tourisme cibles :
  - Pour toucher de la clientèle toute l'année il faut mener un travail de segmentation et diversifier les cibles selon la période
  - Proposition de cibles :
    - Classes découverte
    - Tourisme d'entreprise
    - Tourisme urbain
    - Tourisme scientifique
    - Tourisme d'art (conception du papier)
    - Evénements sportifs culturels
- Appropriation par les acteurs et coopérations
  - Mettre en place un **calendrier partagé** sur les dates d'ouverture de chaque prestataire
  - Exemples de coopérations à mettre en place :
    - Parcs naturels régionaux et hébergements, tourisme social et solidaire et auberges associatives)
    - Créer des ponts entre le thermalisme et le tourisme : après ses soins le thermaliste devient touriste, il reste au moins 18 jours et les soins sont de 2 ou 3h par journée. L'autre intérêt de capitaliser sur cette clientèle est que le pic d'activité est en automne ce qui est une période creuse pour le tourisme.
    - Viti / gastro / patrimoine culturel
    - Lier les manifestations culturelles au tourisme

#### Emploi :

- Favoriser les emplois saisonniers longs, et les fidéliser. Inciter à l'emploi en CDI des établissements touristiques. Levier disponible : la pluridisciplinarité saisonnière.
- Travailler avec la **fédération des auberges** de jeunesse sur l'accueil des saisonniers. La région essaie de développer les auberges de jeunesse mais il en revient aux collectivités d'autoriser l'ouverture de ces structures.
- Communication et promotion
  - Déficit de communication sur les activités hors hautes saisons (par exemple celles accessibles toute l'année), ou encore les paysages à voir sur les 4 saisons
  - Encourager les prestataires ouverts au moins 11 mois dans l'année par une promotion accrue de leur activité
  - Propositions de communications à faire :
    - Développer une plateforme touristique digitale avec un accès par thématique, saison et budget
    - Faire la promotion des territoires auprès des touristes estivaux pour qu'ils reviennent hors saison
    - Créer des supports vidéo montrant la période hors saison à poster sur les réseaux sociaux
    - Communiquer auprès des propriétaires de résidences secondaires

- Nota : la communication sur le tourisme en hiver pourrait mettre en avant la météo clémente, le calme, la nature préservée
- Déplacements
  - Favoriser une **offre de transport** toute l'année
  - Développer une **liaison aérienne** Carcassonne-Paris
  - Valoriser les **circuits vélos et pédestres**
  - Relayer l'offre de mobilité par un **site internet** ou une interface centralisant les différents moyens de locomotion régionaux
- Autre
  - Accompagner les **équipements touristiques** nécessaires à l'offre par des aides de la collectivité
  - **Politique commerciale** volontariste
  - Adaptation de **l'offre produit** avec une variation des prix en temps réel et un référencement