

Présentation de l'avancée du Schéma de Développement Touristique engagé par la CC des Terres du Lauragais



LAURAGAIS
TOURISME



Notre stagiaire expatriée !



Master 2 Ingénierie du Tourisme et Littoral
Boulogne-sur-Mer (62)

Le cadre supra-intercommunal

La région



Schéma de Développement Tourisme et Loisirs & Plan d'Action du Tourisme Durable



Le département



Tourisme vert / itinérance douce



Tourisme fluvial et fluvestre



Tourisme culturel et patrimonial

Le PETR Pays Lauragais



Développer / Structurer / Accompagner / Promouvoir

Les points positifs et les freins à retenir au niveau supra



La grande itinérance :

Le canal du Midi



La voie d'Arles



La route d'Artagnan



La culture :



Label Pays d'Art et d'Histoire



La compétitivité :

De grandes destinations régionales



Peu de données d'observation :

Analyse de flux, répartition, évolution de l'offre, compréhension de la demande



Les caractéristiques de la destination Lauragais Tourisme

Différentes démarches :

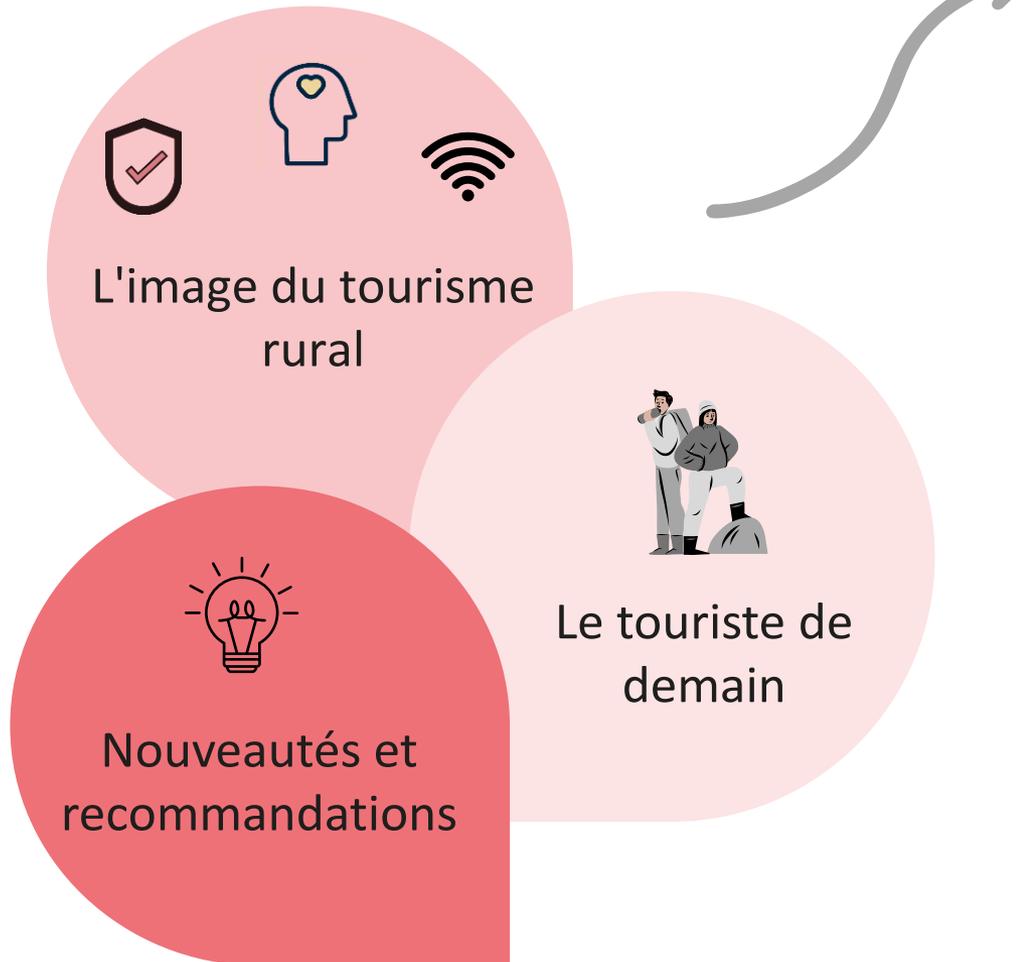


TENDANCES

OFFRE

DEMANDE

Les tendances



Les perspectives

Le tourisme en 2050 :

- Les transports
- Les tiers-lieux
- Les hébergements
- Les activités
- L'alimentation
- Les achats de souvenirs

Deux thèmes indispensables à prendre en considération : le **numérique** et la **soutenabilité**

Le parcours client majoritairement digital

- L'inspiration
- La prise de décision
- La préparation
- Le séjour
- L'après-séjour

L'expérientiel et le storytelling

-  L'expérience
Un moment personnalisé concentré sur le plaisir et l'émotion
-  Communiquer sur la personnalité et le ressenti de la destination

Le tourisme durable

Des données concernant les consommateurs



Source : Étude Opinium/Amadeus (2019) et Booking (juillet 2020) : la volonté des Français en matière de tourisme durable

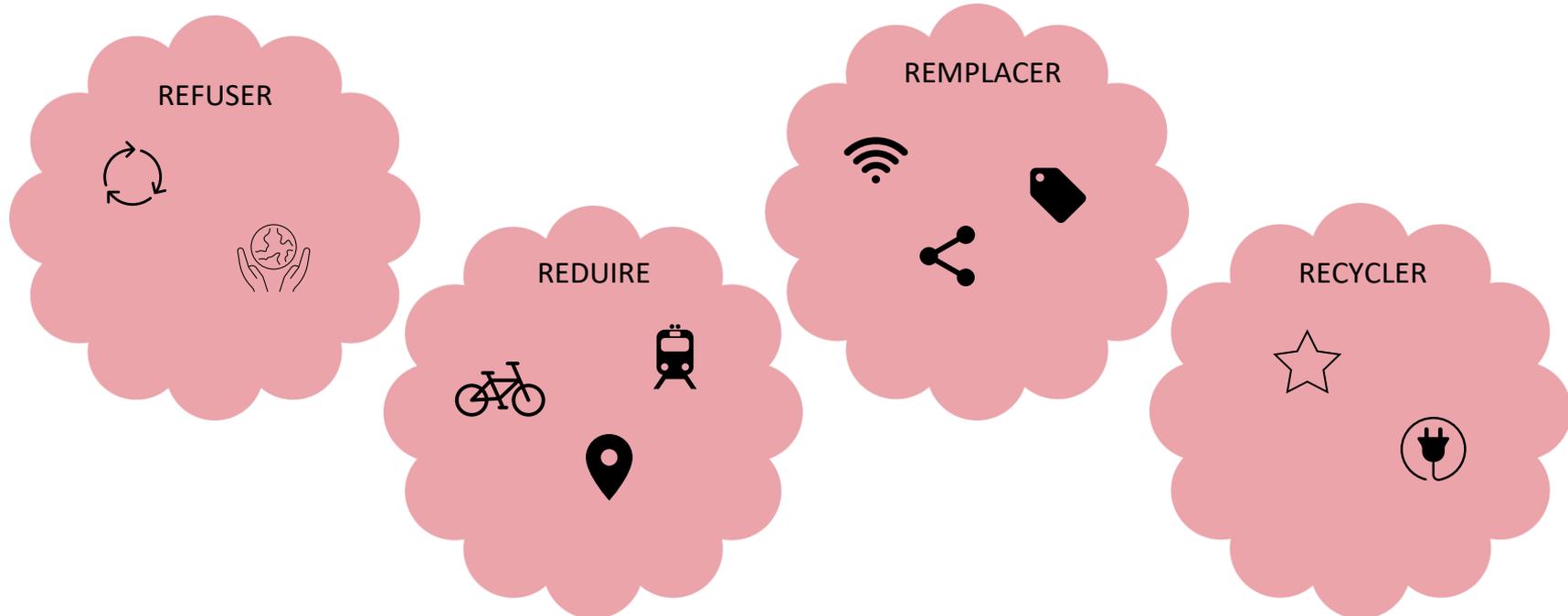
Des données concernant les professionnels



Source : Restitution de l'enquête auprès des acteurs du tourisme d'Occitanie sur leurs pratiques et attentes en matière de Tourisme Durable - Avril 2020

Créer un tourisme plus durable, les solutions

Utiliser la règle des 4 R : Refuser, Réduire, Remplacer et Recycler

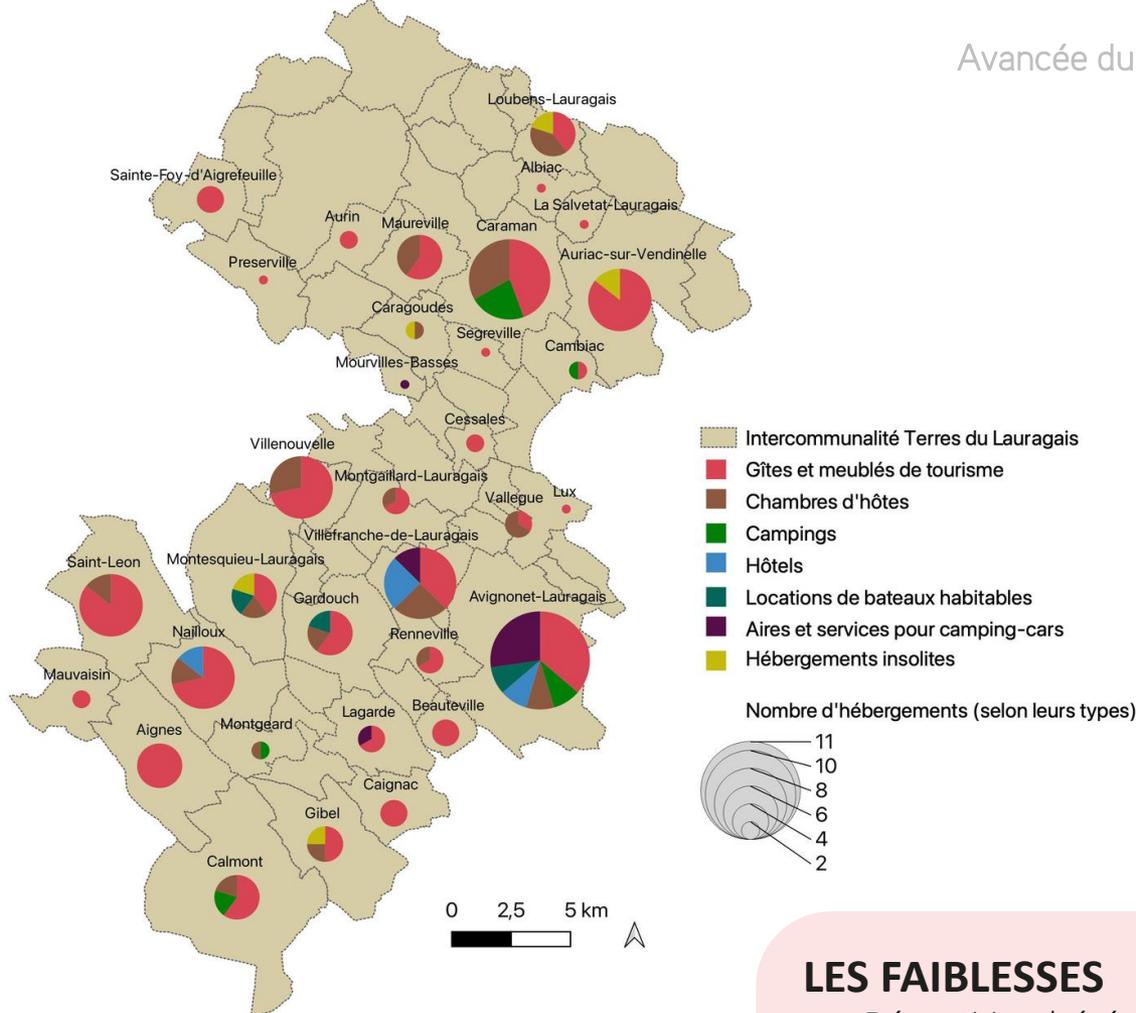


Le diagnostic de l'offre

Une vue globale sur l'offre de la destination Lauragais Tourisme :

- 125 hébergements
- 54 restaurants
- 27 établissements d'activités
- 12 itinéraires de randonnée
- 3 grands itinéraires
- 18 marchés locaux, 36 producteurs locaux
- Large offre pour les groupes et manifestations

Diagnostic de l'offre



Répartition des hébergements par types sur la communauté de communes des Terres du Lauragais

LES FORCES

- Tous types d'hébergements représentés
- Augmentation entre 2020 et 2021
- Bon nombre de lits marchands

LES FAIBLESSES

- Répartition hétérogène
- Trop peu d'offre en camping et hôtellerie classique
- Peu d'offre pour les groupes
- Concentration de court-séjour

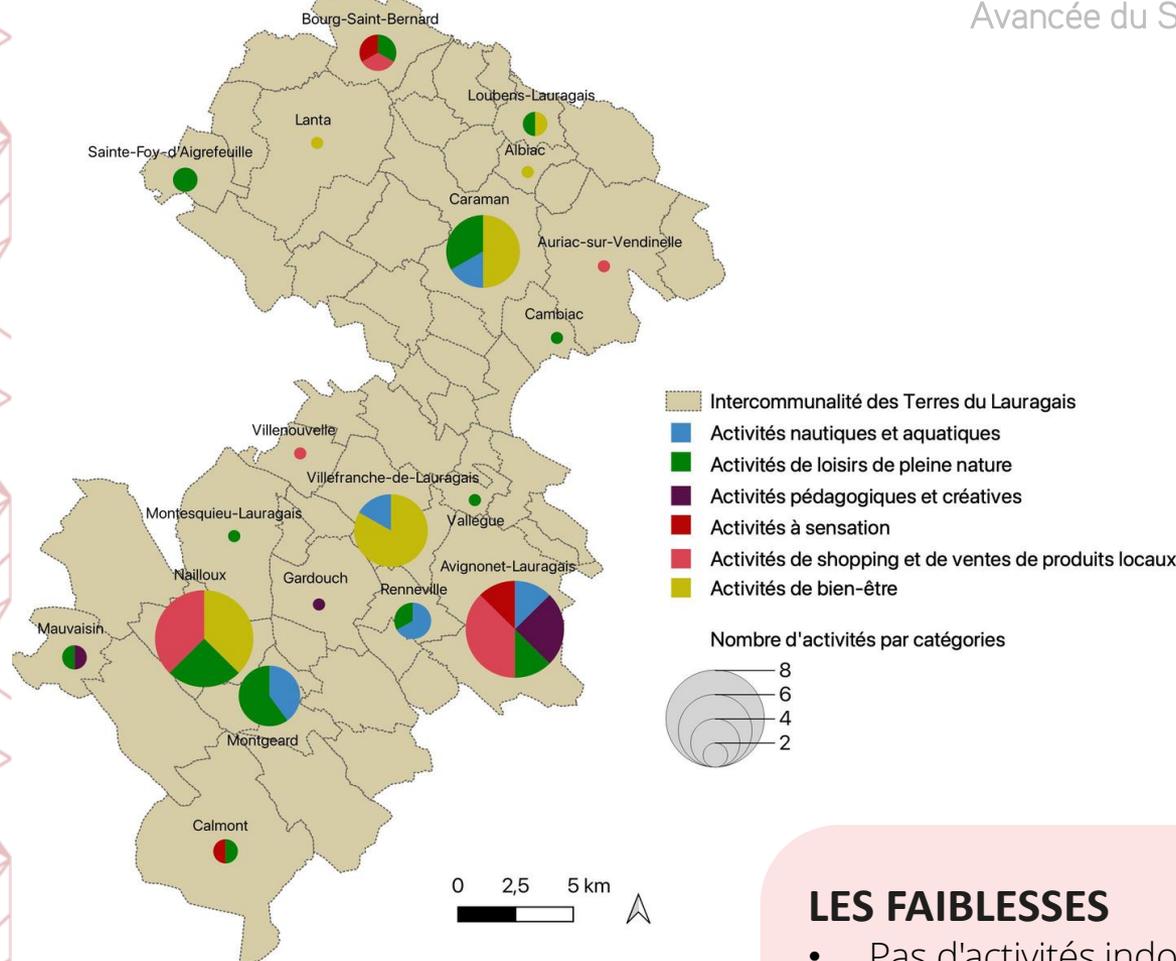
Diagnostic de l'offre

LES FORCES

- De nombreux types d'activités
- Rayonnement national et international du canal du Midi
- Le patrimoine est bien valorisé grâce aux actions de l'OTI

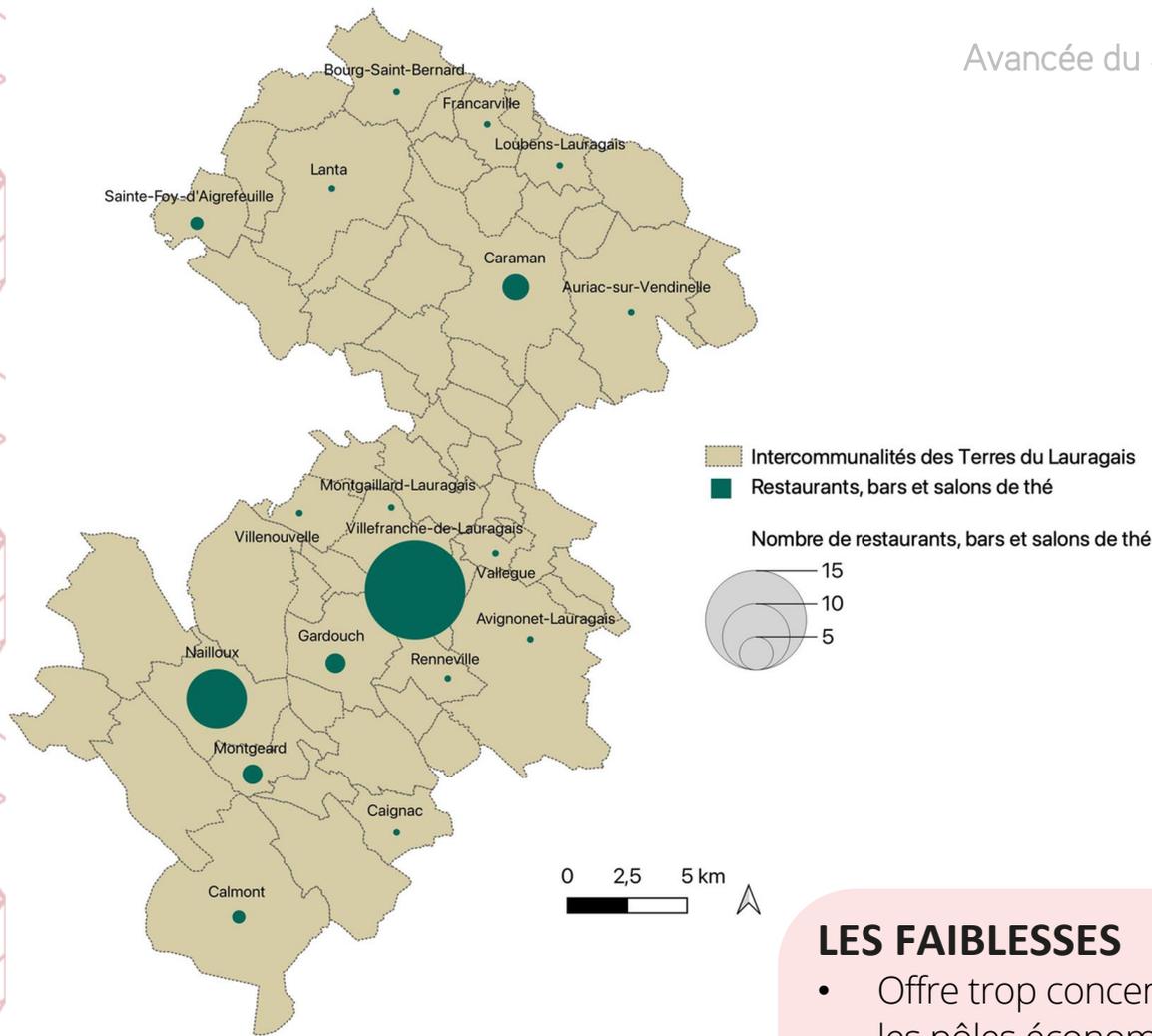
LES FAIBLESSES

- Pas d'activités indoor
- Pas d'activités clivantes sur le territoire
- L'offre d'activités et patrimoniale ne favorisent pas les moyens et longs séjours



Répartition des activités au sein de la communauté de communes

Diagnostic de l'offre



Répartition des restaurants, bars et salons de thé sur les communes des Terres du Lauragais

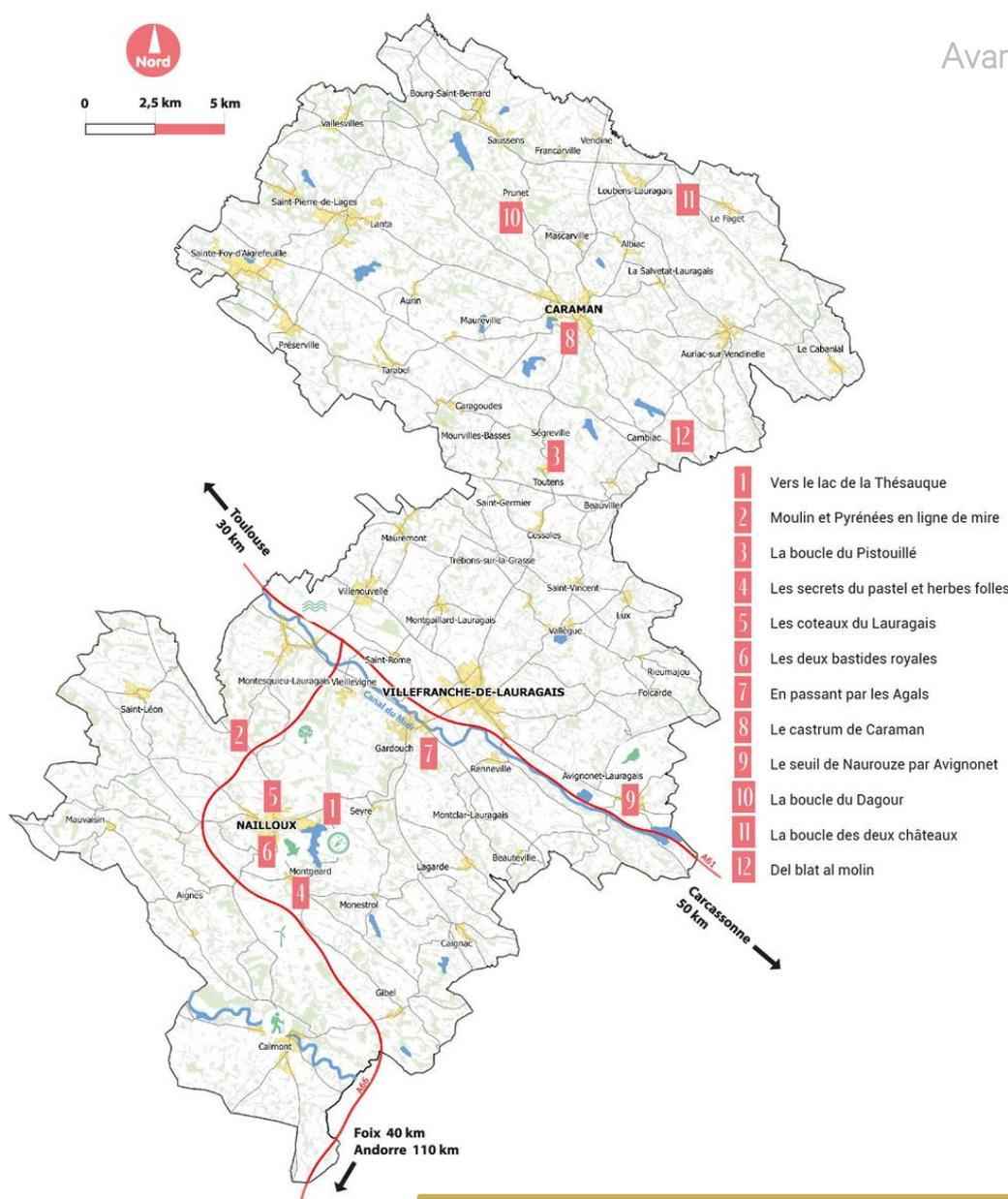
LES FORCES

- Bonne mixité des types de restauration
- 3 restaurants labellisés Tables et Auberges de France, 1 maître-restaurateur, 2 Qualité Tourisme et 1 Bistrot de Pays

LES FAIBLESSES

- Offre trop concentrée sur les pôles économiques majeurs de l'intercommunalité
- Pas de restaurants étoilés
- Peu de valorisation des produits locaux et de la gastronomie locale

Diagnostic de l'offre



Répartition des sentiers de Randonnée sur la communauté de communes

LES FORCES

- Une offre de randonnées PR labellisées
- Une application dédiée : Cirkwi
- Deux grands itinéraires (GR, voie verte)
- Création à venir (PR Tour du Télégraphe, Route européenne équestre d'Artagnan)

LES FAIBLESSES

- Offre équilibrée sauf secteur de Villefranche de Lauragais
- Faible connaissance de la fréquentation des itinéraires
- Faible connaissance du patrimoine jacquaire

Le diagnostic de la demande

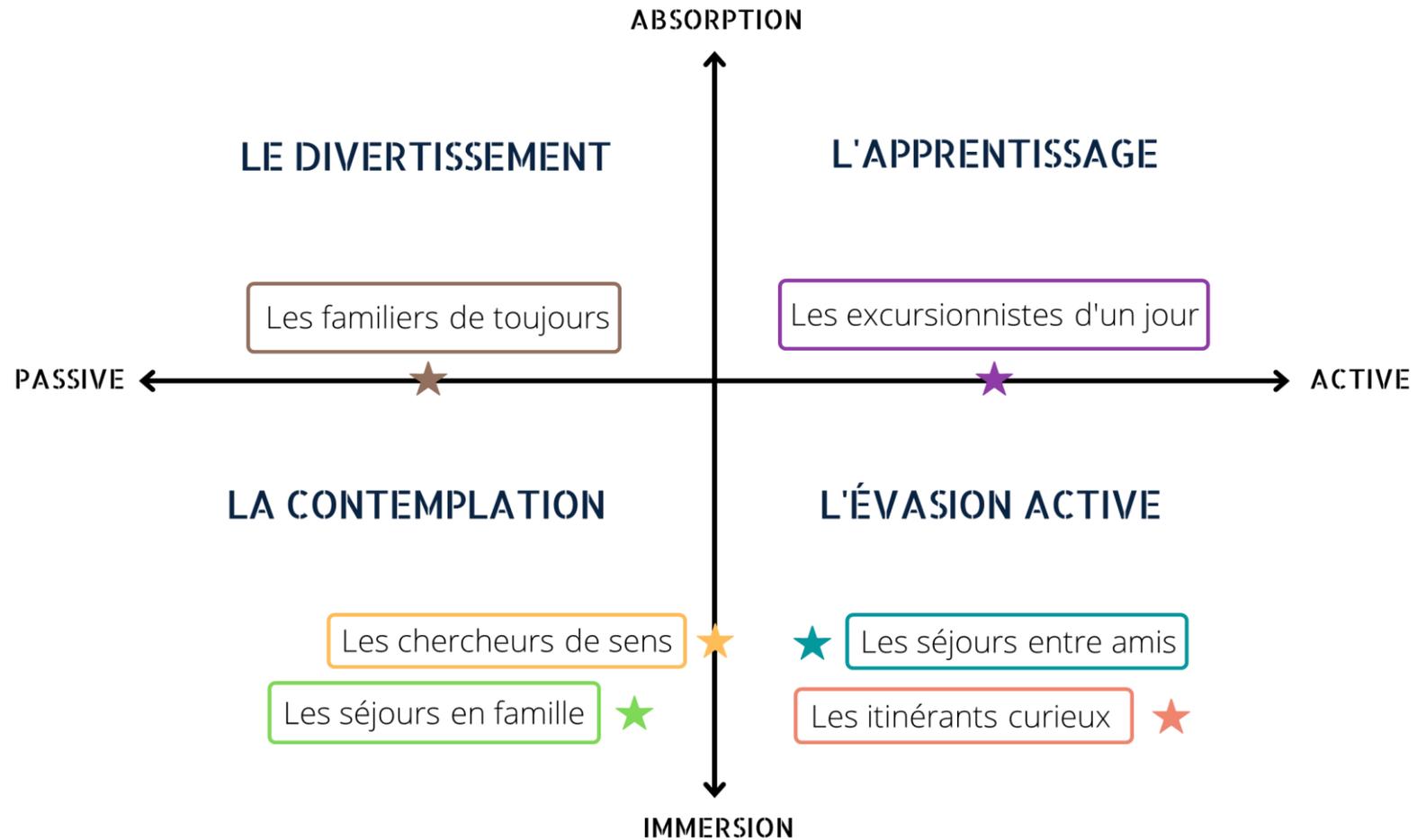
Étude de **perception**
d'une destination rurale

> **Partie résidents**



<p>49,3% y résident depuis plus de 5 ans</p>	<p>8,1/10 la moyenne donnée à la qualité de vie, selon les répondants</p>	<p>65,2% connaissent et sont déjà allés à l'OTI et 18,8% connaissent sans y être allés</p>	<p>7,10/10 moyenne donnée à l'attractivité du territoire</p>	<p>6,5 /10 moyenne donnée à la perception du territoire en destination touristique</p>
<p>87% estiment que la ruralité a été un critère important lors de leur installation</p>	<p>Points positifs et négatifs récurrents</p> <ul style="list-style-type: none"> ⊕ Bonne situation géographique et proximité avec les grandes villes ⊕ Beauté des paysages et calme ⊖ Manque de transports en commun et de pistes cyclables ⊖ Manque d'activités <p>Demande d'amélioration de l'offre culturelle</p>	<p>57,9% connaissent le Comptoir d'Isatis 76,8% connaissent le site internet de l'OTI 56,5% connaissent la marque Lauragais Tourisme 27,5% connaissent les points d'information mobiles</p>	<p>63,8 % se sentent ambassadeurs de leur territoire</p>	
<p>78 % travaillent directement ou indirectement pour le tourisme</p>		<p>Leurs lieux emblématiques à visiter qui reviennent le plus :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le canal du Midi • Les villages typiques • Les lacs, notamment celui de la Thésauque • Les chemins, balades et randonnées 		

Les quatre univers de l'expérience



Les grandes conclusions

L'élaboration du **Schéma de Développement Touristique** :

- Un SWOT qui a permis de mettre en évidence les **forces**, **faiblesses**, **opportunités** et **menaces** de la destination
- Des tendances actuelles favorables au développement et à l'attractivité du **tourisme rural**
- Des thématiques à insérer dans le Schéma : le **numérique** et la **soutenabilité**
- Un **benchmark** des actions menées partout en France
- La constitution des **axes** du Schéma et des **actions** qui en découlent

Synthétisation du SWOT

OPPORTUNITÉS

-  Cadre supra engagé dans des démarches de durabilité et dans le numérique
-  Candidature au label Pays d'Art et d'Histoire par le PETR
-  Marque et contrat de destination du canal du Midi
-  Route européenne d'Artagnan
-  Réaménagement de la Maison de la Haute-Garonne
-  Projet de valorisation de la Voie d'Arles avec l'ACIR

MENACES

-  Compétitivité des destinations régionales plus valorisées
-  Manque de données d'observation en matière de flux, de répartition, etc.

FORCES

-  Une population plutôt jeune, active, diplômée et familiale disposant d'un bon cadre de vie
-  Bonne accessibilité au territoire
-  Patrimoine culturel et naturel qui font l'identité du territoire et bien valorisé par les actions de l'OTI
- 
 Un office de tourisme et sa marque Lauragais Tourisme vers la Qualité Tourisme et des actions écoresponsable au sein de sa structure
-  Bon éparpillement des hébergements
-  Large panel de publics cibles
-  Un territoire propice aux activités de loisir de pleine nature

FAIBLESSES

-  Absence de patrimoine ou d'activité touristique majeure permettant l'ancrage de l'offre sur le territoire
-  Grande partie de court séjour ou d'excursionnisme
-  Trop peu d'activités accueillant les individuels (offres dédiées aux groupes ou restreintes à 1 ou 2 personnes)
-  Pas d'activités indoor
-  Dépendance à la période estivale
-  Manque d'événements culturels
-  Beaucoup de gîtes et meublés à l'inverse des campings et hôtels
-  Peu de labellisation des prestataires touristiques
-  Manque à gagner dans la promotion par l'humain
-  Manque à gagner les expériences de partage liées aux savoir-faire et à la gastronomie locale
-  Peu de valorisation du circuit court, notamment dans la restauration

Proposition de l'Axe 1

Affirmer la destination Lauragais Tourisme comme une destination rurale durable

1. Développer et valoriser la mobilité douce
2. Encadrer la mise en tourisme des axes de grande itinérance encore sous-exploités
3. Accompagner les socioprofessionnels dans une démarche de destination rurale et durable autour de la marque Lauragais Tourisme
4. Valoriser le circuit court



Des hébergements spécialisés
dans l'accueil de public cible



Une communication pour et
par les acteurs

Proposition de l'Axe 2

Développer une offre touristique plus attractive

5. Attirer et accompagner les nouveaux porteurs de projet en facilitant leur installation
6. Développer des offres d'expérience tournées vers les rencontres et le partage
7. Dynamiser l'événementiel culturel sur l'ensemble du territoire
8. Diversifier et spécialiser l'offre en hébergements pour répondre à toutes les demandes
9. Utiliser le numérique pour valoriser le patrimoine culturel et naturel



Une proposition d'offres par l'expérience



Une application pour valoriser le patrimoine

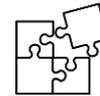


Une signalisation et des aménagements connectés

Proposition de l'Axe 3

Le canal du Midi, une véritable opportunité de développement

10. Soutien des projets structurants du canal du Midi par les partenaires publics
11. Structurer un réseau d'acteurs touristiques autour du canal du Midi
12. Définir une politique intercommunale ambitieuse autour du canal du Midi



La revalorisation du patrimoine bâti du canal du Midi

Quelles sont les prochaines missions ?

- ✓ Engager une réflexion commune avec l'ensemble des **acteurs touristiques** du territoire sur la structuration de ce Schéma

De quelle manière ?

- ✓ Par la mise en place de **4 ateliers de réflexion** autour des 4 thématiques majeures
 - Le tourisme durable : mercredi 20 octobre
 - L'expérientiel : mercredi 17 novembre
 - Le numérique : mercredi 08 décembre
 - Le canal du Midi : mercredi 12 janvier

Inscrivez-vous !

De 9h30 à 11h30

Lieux à définir

- ✓ Création de la première maquette de **fiche action** des différents axes du Schéma
- ✓ Présentation au Comité de Direction et au Conseil Communautaire
- ✓ Schéma « bon pour validation » à la fin du 1^{er} trimestre 2022