

3ÈME ÉDITION

20
21
Lundi 11
Octobre

RENCONTRES DU TOURISME

en Terres du Lauragais



Programme des Rencontres

- ✦ 9h45 : Accueil des participants & café
- ✦ 10h-11h15 : Présentation des actions de Lauragais Tourisme
 - Mot de bienvenue de Lison GLEYSES, Présidente de l'Office de Tourisme Intercommunal des Terres du Lauragais
 - Présentation de l'équipe de Lauragais Tourisme
 - Retour sur ces 2 dernières années
 - Lancement du Schéma de Développement Touristique

Pause

- ✦ 11h30-12h30 : Speed-meeting : Apprenez à vous connaître !
Tables rondes de rencontres et d'échanges entre participants
- ✦ 12h30-14h : Brunch
- ✦ 14h-16h : Enigmatic'Montgeard - Rallye patrimoine en équipe

Intervention

Madame Lison GLEYSES



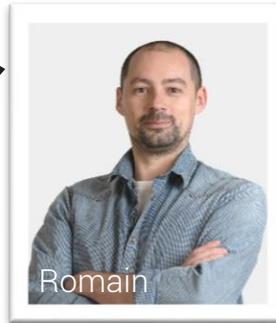
Présidente de l'Office de Tourisme

Vice-Présidente de la Commission Tourisme & Culture
CC Terres du Lauragais

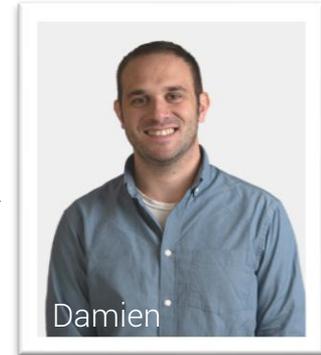
Notre équipe !



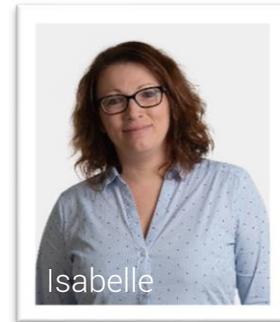
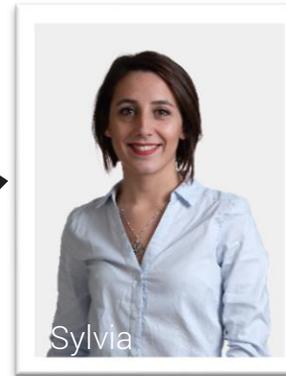
*Nos guides
metteurs en scène*



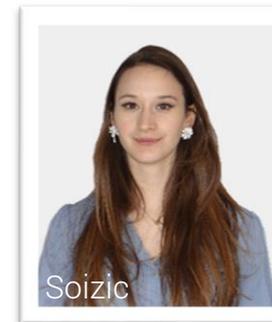
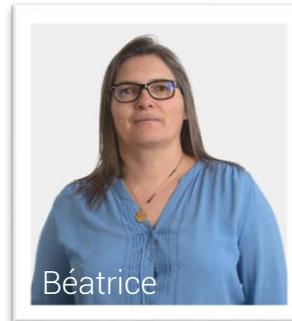
*Notre animateur
numérique*



*Nos spécialistes
des groupes*



*Nos artistes
gourmandes*



*Notre comptable
respectée*

Voici nos experts !



RDV sur la rubrique
« L'équipe » du site web
pour découvrir
tous leurs secrets !

Responsable Accueil

Animer la marque Qualité Tourisme™

Actualiser les éditions touristiques

Enrichir l'offre des activités de loisirs
et des visites guidées

*Guide conférencière
Conseillère en séjour*



Marion

Responsable Promotion / Communication

Animer les réseaux sociaux

Promouvoir les manifestations du territoire

Développer la stratégie de communication
de l'OT

Guide conférencier

Conseiller en séjour



Romain

Responsable Multimédia

Animer et développer la stratégie digitale
de l'OT

Organiser et animer les accompagnements
numériques des prestataires

Assurer l'évolution du site internet de l'OT

*Animateur Numérique du Territoire
Conseiller en séjour*



Damien

Responsable Groupes

Commercialiser et fidéliser toute typologie de clientèle groupes

Promouvoir l'offre des partenaires groupes et individuels

Mettre à jour les supports de promotion

Conseillère en séjour



Sylvia

Commercial Groupes

Gérer les dossiers groupes

Animer les accueils hors les murs

Animer les visites guidées pour toute
typologie de clientèle

*Guide accompagnateur
Conseiller en séjour*



Guillaume

Secrétaire Comptable

Gérer les démarches RH de l'OT

Assurer le suivi comptable et administratif
de l'OT

Gérer la plateforme Taxe de séjour

Gestion du budget



Béatrice

Assistante Commerciale

Gérer les démarches administratives du
Comptoir d'Isatis

Animer les réseaux sociaux

Développer le CA du Comptoir d'Isatis

Conseillère en vente



Soizic

Conseillère en vente

Animer l'espace de vente

Développer les gammes de produits

Accroître l'offre fidélité

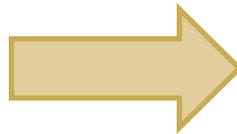
Créatrice de décors



Isabelle

Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Conforter le positionnement marketing du territoire



- Migration de la marque Lauragais Tourisme et du site web associé
- Développement d'une nouvelle charte graphique au sein de l'OT

Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Conforter le positionnement marketing du territoire

Mise en ligne 17/11/20

Site administrable en interne

Mise à jour des outils de communication liés

6 819 utilisateurs uniques
2:23 min par session
5+ pages par session
45 139 pages vues
(17/11 au 31/12/2020)



- Une page d'accueil qui évolue au fur et à mesure des saisons
- Articles thématiques : les temps forts, les tops
- Une meilleure visibilité des prestataires
- De nombreuses inspirations avec un rédactionnel immersif

Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Animer le réseau des prestataires touristiques & développer de nouveaux outils



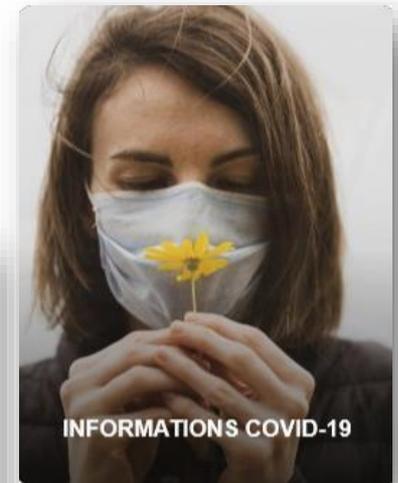
- Foire aux questions actualisée
- Evolution du guide du partenaire au plus proche de vos attentes
- Développement des conseils durant la crise sanitaire – printemps 2020



Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres



Zoom sur votre espace réservé



Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

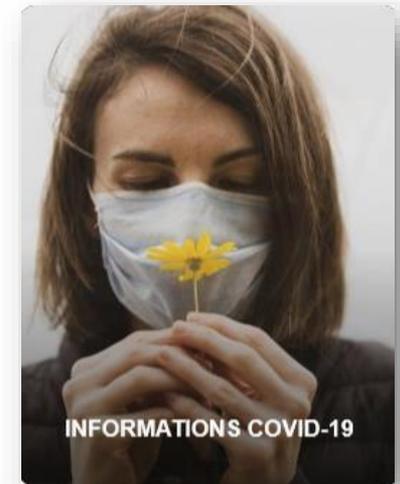
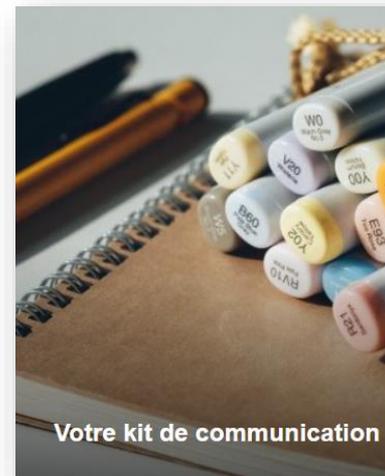
L'espace pro

- Prochains RDV
- Législation touristique
- Informations Taxe de séjour
- Présentation des labels



- Présentation de l'OT et nos engagements
- Présentation des partenaires institutionnels
- Espace réservé partenaires

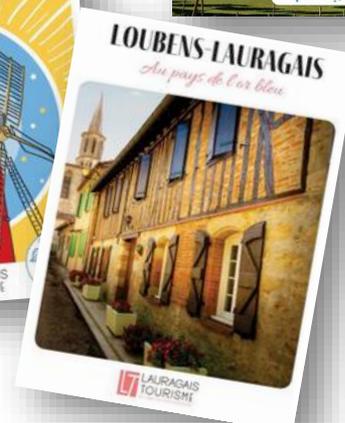
- Photothèque
- Vidéothèque
- Foire aux questions
- Charte graphique OT



- Rappel mesures applicables
- Arrêtés en application

Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Développement et mise à jour des supports de promotion



Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Renforcer nos actions d'animation du territoire

Programmer des visites toujours plus animées

Visites aux flambeaux

Visites théâtralisées

Randos accompagnées

Atelier pain

Accueil hors les murs

- *Soutien aux manifestations structurantes du territoire (culturel, sportif...)*
- *Développement de la présence auprès des locaux (marchés, forum des associations)*
- *Présence sur les lieux de flux touristiques importants*

13 dates en 2019 / 5 dates en 2020

300 contacts en 2019 / 120 contacts en 2020

Organisation de manifestations et soutien aux évènements structurants



Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Améliorer la qualité d'accueil

Renouvellement de la marque
Qualité Tourisme™
Juillet 2020



- Respect des engagements Qualité au sein de l'OT
- Promotion des prestataires marqués Qualité Tourisme (+2 en 2020)
- Réflexion sur une activité plus respectueuse de l'environnement
- Promotion des prestataires engagés dans une démarche similaire

Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Renforcer la notoriété de la destination

- Articles de blog
- Articles dans la presse locale et régionale
- Interview radio
- Encarts publicitaires



Accueil Presse



3 extraits du dossier de presse 2020

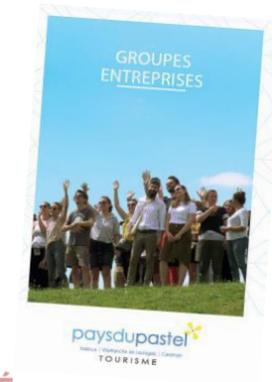


Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Accroître les résultats des services commerciaux



	Evolution 2019/2018	Evolution 2020/2019
CA Boutique	+4%	- 12%
CA Réceptif	-36%	-55%
Fréquentation Boutique	+ 27%	- 28%
Fréquentation OT	- 14%	- 29%
Fréquentation Groupes	+6%	-73%



Etat des lieux de l'activité touristique estivale sur le territoire

Chiffres-clés Lauragais Tourisme

Juillet & Août 2021 (9 semaines)



10 250 personnes

-7% vs 2020

-9% vs 2019



Nailloux
Outlet Village



250 700 personnes

-17% vs 2020

+5% vs 2019



CA : 58 500 €

+24% vs 2020

+24% vs 2019



PM : 25,99 €

+5% vs 2020

+8% vs 2019



30 Groupes dont 23 « jeune public »

+100% vs 2020

-59% vs 2019

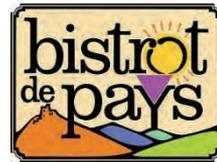


LAURAGAIS
TOURISME

Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Participer activement aux plans d'actions des partenaires institutionnels

- Mise à jour de supports de promotion
- Déploiement du label Bistrots de Pays



- Participation aux événements professionnels
- Alimentation des bases de données et observatoire
- Développement de l'offre qualifiée
- Accueil presse



Retour sur les actions de l'OT depuis les dernières rencontres

Suivi des porteurs de projets et accompagnement au développement de l'activité touristique



- Promotion des sentiers de randonnées intercommunaux
- Accompagnement dans la montée en gamme, dans la labellisation ou dans le classement
- Accompagnement des hébergeurs dans la collecte de la taxe de séjour pour le compte de la CC TDL



REPUBLIQUE FRANÇAISE



Etat des lieux de l'activité touristique estivale sur le territoire

Résultats d'enquête OTI

Enquête « Google Form » auprès des professionnels du tourisme du territoire

Du 07 au 15 septembre 2021

Auprès de **226** professionnels

31 réponses reçues – 71 % hébergements ; 10 % loisirs ; 7 % restaurants ; 3% location de bateau ; 3% lieu d'exposition ; 3% boutique de produits régionaux ; 3% commune

- ✦ 76% satisfaits de la saison estivale
- ✦ 87 % constatent un impact de la crise sanitaire stable à positif pour été 2021 vs été 2020
 - personnes + vaccinées ; procédures connues ; destination France
- ✦ Pas d'impact du pass sanitaire pour 84%
- ✦ 61 % ont un espoir de relance
- ✦ 64,5 % peu satisfait du retour de la clientèle étrangère
- ✦ 42 % satisfait du panier moyen des clients (45 % sans avis ou non concerné)
- ✦ 80 % des hébergeurs satisfaits de la durée du séjour des clients
- ✦ Provenance clientèle : locale et régionale stable ; française en hausse ; étrangère en baisse
- ✦ Typologie de clientèle : peu d'évolutions > couples et familles
- ✦ Arrière saison perçue décevante, surtout pour les vacances de Toussaint
- ✦ Légère hausse des réservations en direct (tél, mail) – peu concerné par les réservations sur des plateformes et des messageries instantanées
- ✦ 48 % des hébergeurs constatent une hausse de la réservation de toute dernière minute

Etat des lieux de l'activité touristique estivale sur la région

Chiffres-clés CRTL Occitanie



Une embellie estivale avec une hausse de 11% des nuitées touristiques par rapport à 2019

Alors que 2020 avait connu une affluence record en zones montagne et campagne, l'été 2021 voit un rééquilibrage des territoires au profit du littoral (qui retrouve son niveau de 2019) et une embellie des métropoles (Montpellier notamment).

Il est à noter qu'une part importante des nuitées touristiques en Occitanie relèvent du secteur non marchand : en famille, chez des amis ou en résidence secondaire (l'Occitanie est la 1ère région de France en nombre de résidences secondaires : 510 000).

De belles performances en hébergement locatif et hôtellerie de plein air.

Nouveau positionnement stratégique orienté clientèle de proximité : « Cette forte affluence conforte le leadership de l'Occitanie sur les clientèles françaises [à commencer par ses propres habitants qui l'ont plébiscitée] et le nouveau positionnement stratégique du CRTL, davantage orienté vers la clientèle touristique de proximité et des excursionnistes, amateurs de loisirs à la journée. »

Vincent GAREL, Président du CRTL Occitanie

Etat des lieux de l'activité touristique estivale sur le département

Chiffres-clés CDT Haute-Garonne

Centrale de résa HG Tourisme : CA + 10% par rapport à 2020 (juillet et août) et + 16% par rapport à 2019 (au 24/08)

- Manque d'offre d'hébergement pour satisfaire toutes les demandes
- L'origine géographique de nos clients reste inchangée : 1/ Paris et Ile de France ; 2/ Les départements de l'Ouest de la France ; 3/ Haute-Garonne puis les départements limitrophes (loin derrière)

Espaces Accueil HG Tourisme : **Modification des comportements** des visiteurs : ils privilégient le **téléphone** plutôt que de venir au guichet

Tourisme fluvial : une **bonne saison** pour les loueurs et croisiéristes sur le canal du midi.

A Port-Lauragais, **Nicols** = augmentation très significative de son activité / retour de la clientèle Européenne (Belges essentiellement). **Navicanal** = légère augmentation. **Les croisières en Douce** = légère augmentation.

Campings : Le **locatif** a très bien fonctionné, contrairement aux emplacements nus / le pass sanitaire n'a pas été un frein

OT : Les demandes de **randonnée en boucle** à la journée ou la demi-journée ont encore progressé cet été, suivi par les **loisirs et activités de pleine nature** / En zone rurale, les **excursionnistes** sont majoritaires (environ 40% des demandes proviennent de départements limitrophes) puis d'Île de France, le Grand Ouest arrivant en 3ème position.

Divers

- L'engouement autour du **vélo** s'intensifie et profite aux hôtels labellisés Accueil Vélo ainsi qu'aux loueurs de 2 roues !
- Augmentation des **achats-plaisirs**, consommations d'extras (parcs d'attraction, boutiques, campings, ...)

«La mise en place du pass sanitaire et la météo capricieuse du mois de juillet n'ont pas impacté les traditionnelles vacances d'été et l'engouement pour le tourisme vert. [...] Loin du tourisme de masse, le département de la Haute-Garonne offre à notre clientèle des vacances au calme qui répondent aux préoccupations actuelles [...]. »

Didier CUJIVES, Président du CDT Haute-Garonne

Source : Communiqué de presse_Bilan saison estivale_CDT 31_Août 2021

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 :

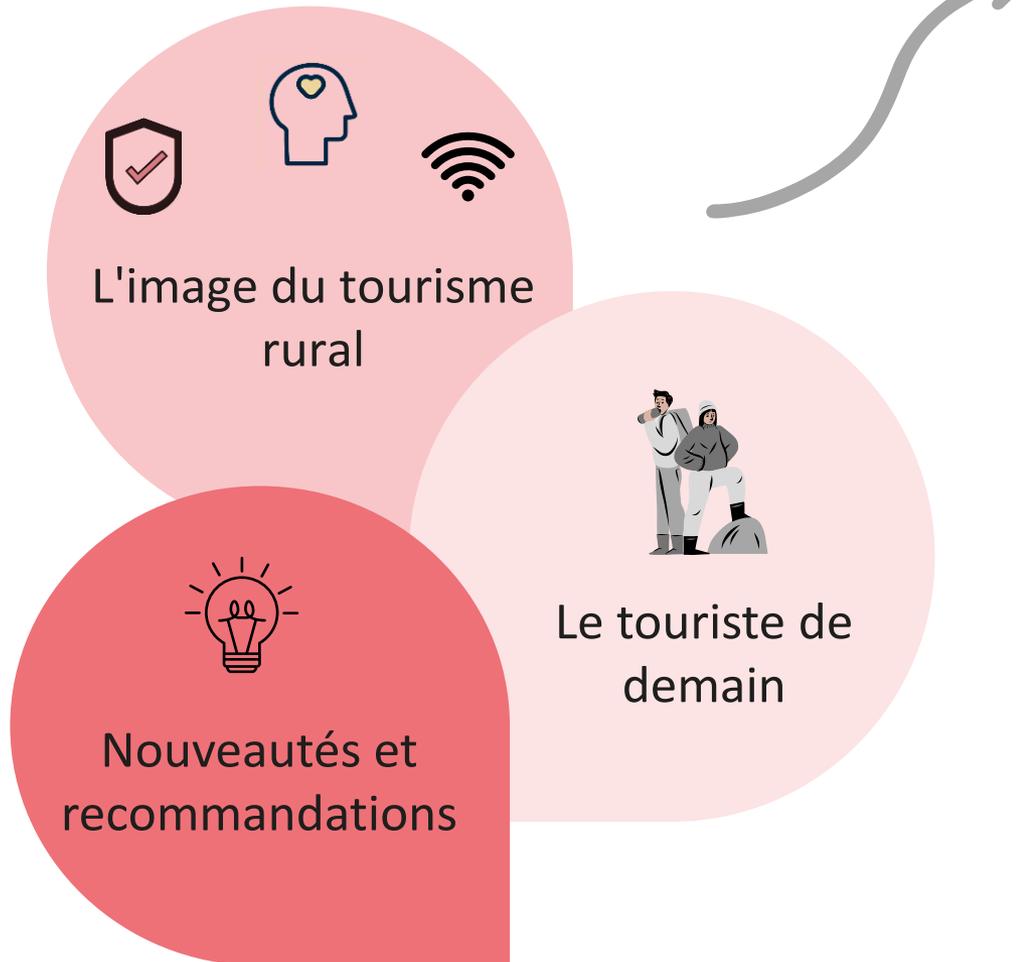


TENDANCES

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

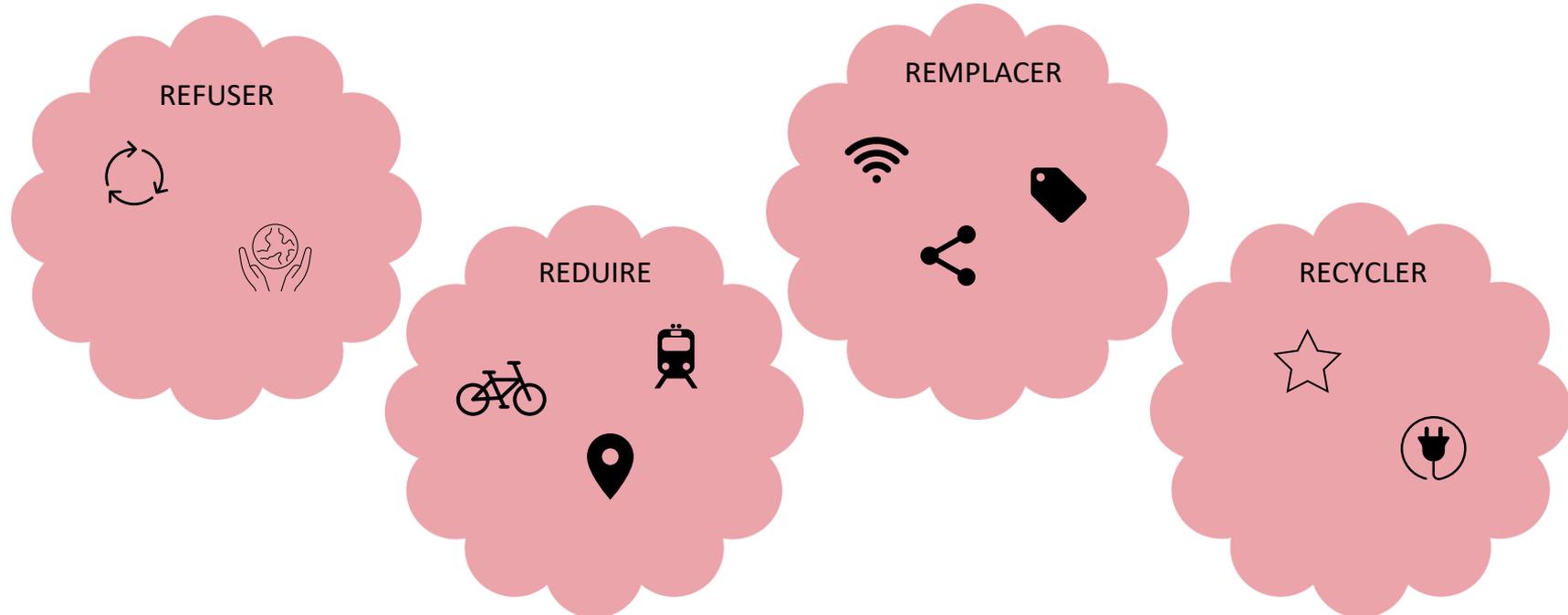
Des données concernant les professionnels



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

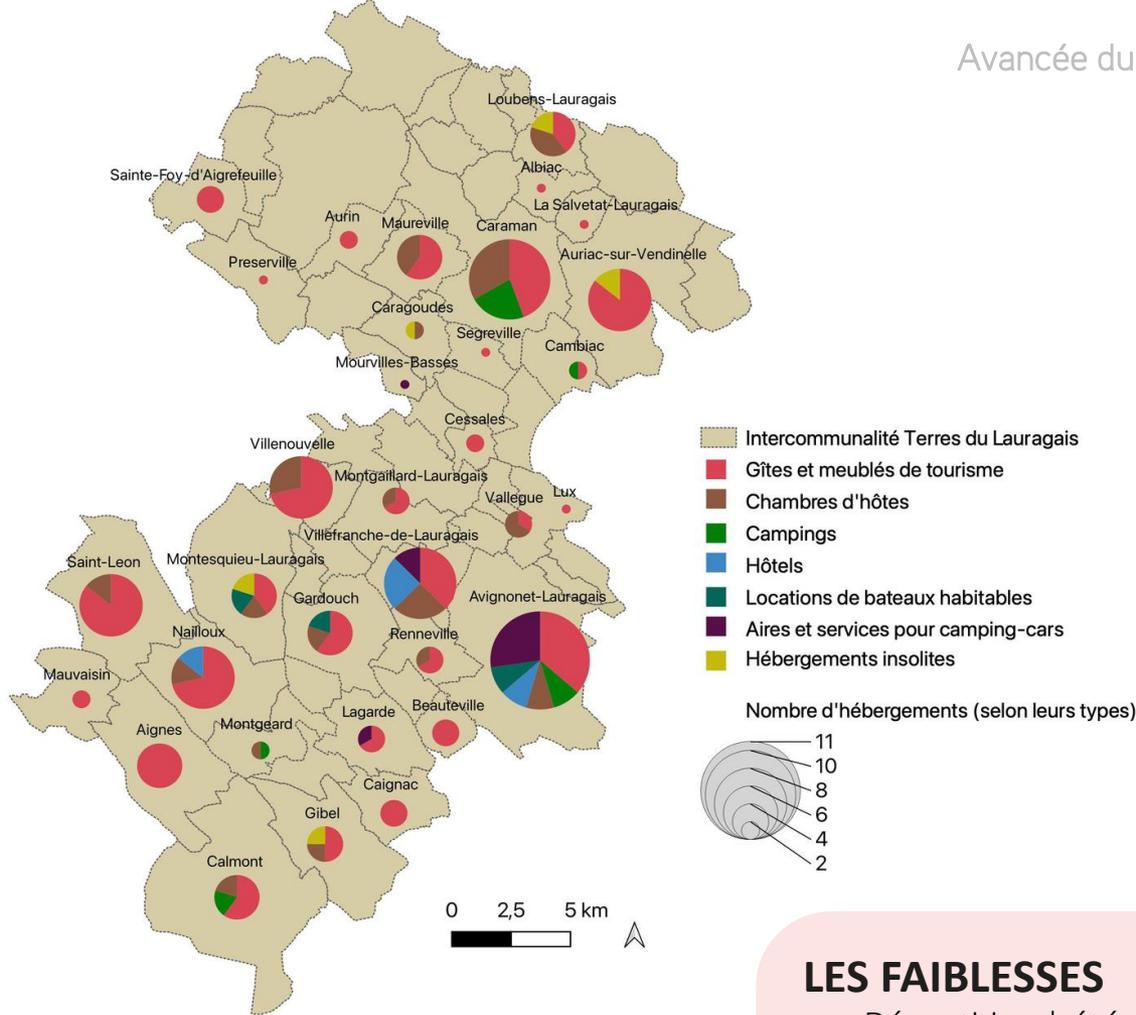


Le diagnostic de l'offre

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

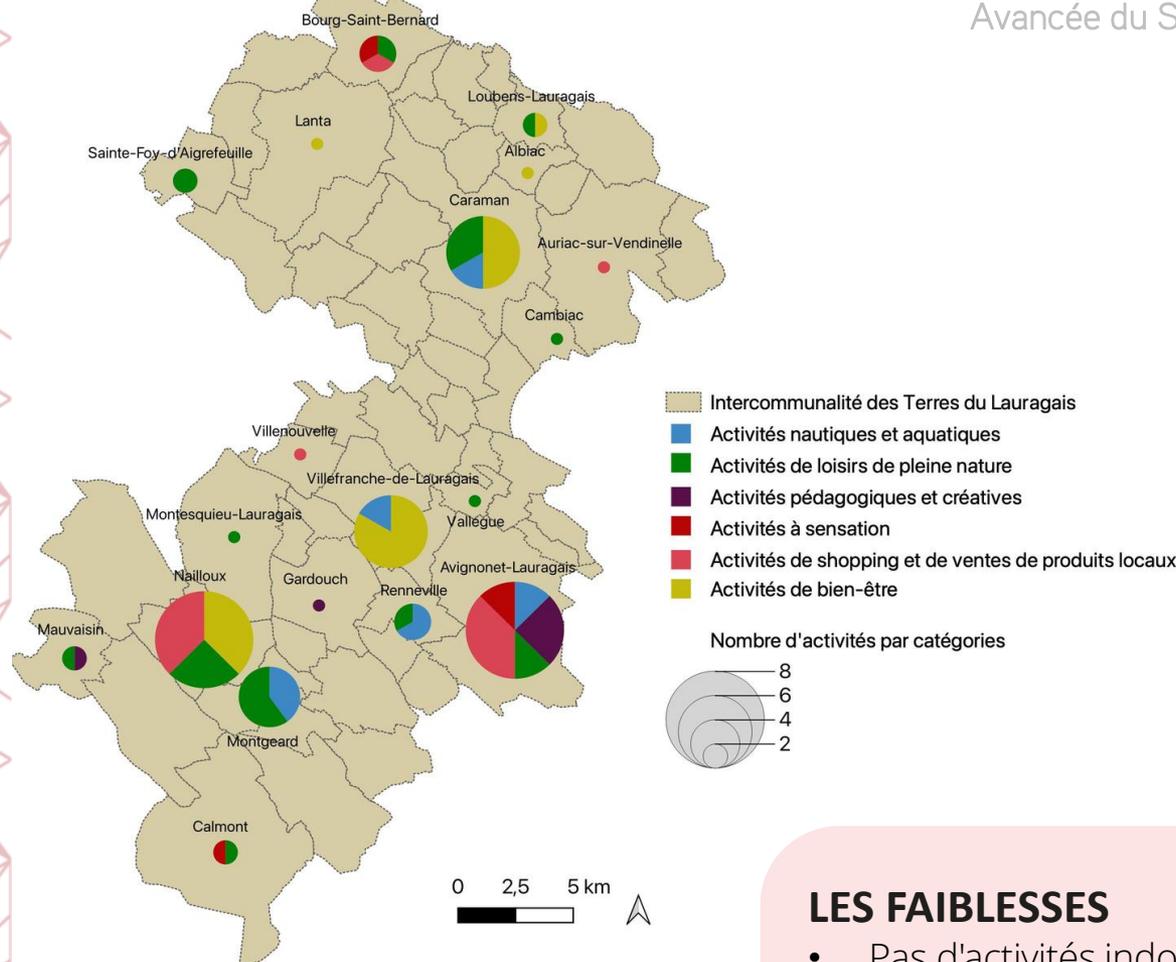
Diagnostic de l'offre

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

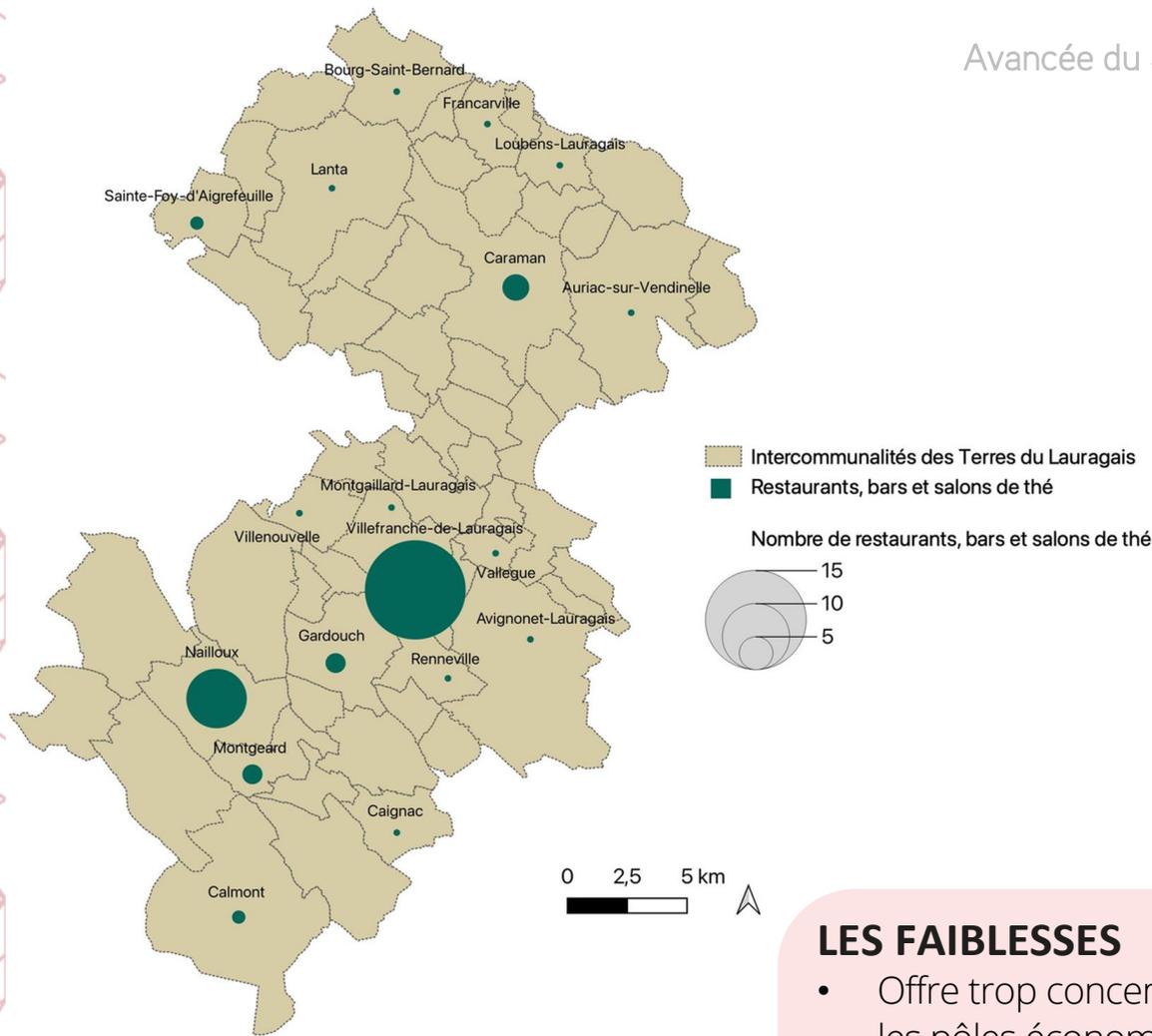
LES FAIBLESSES

- 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

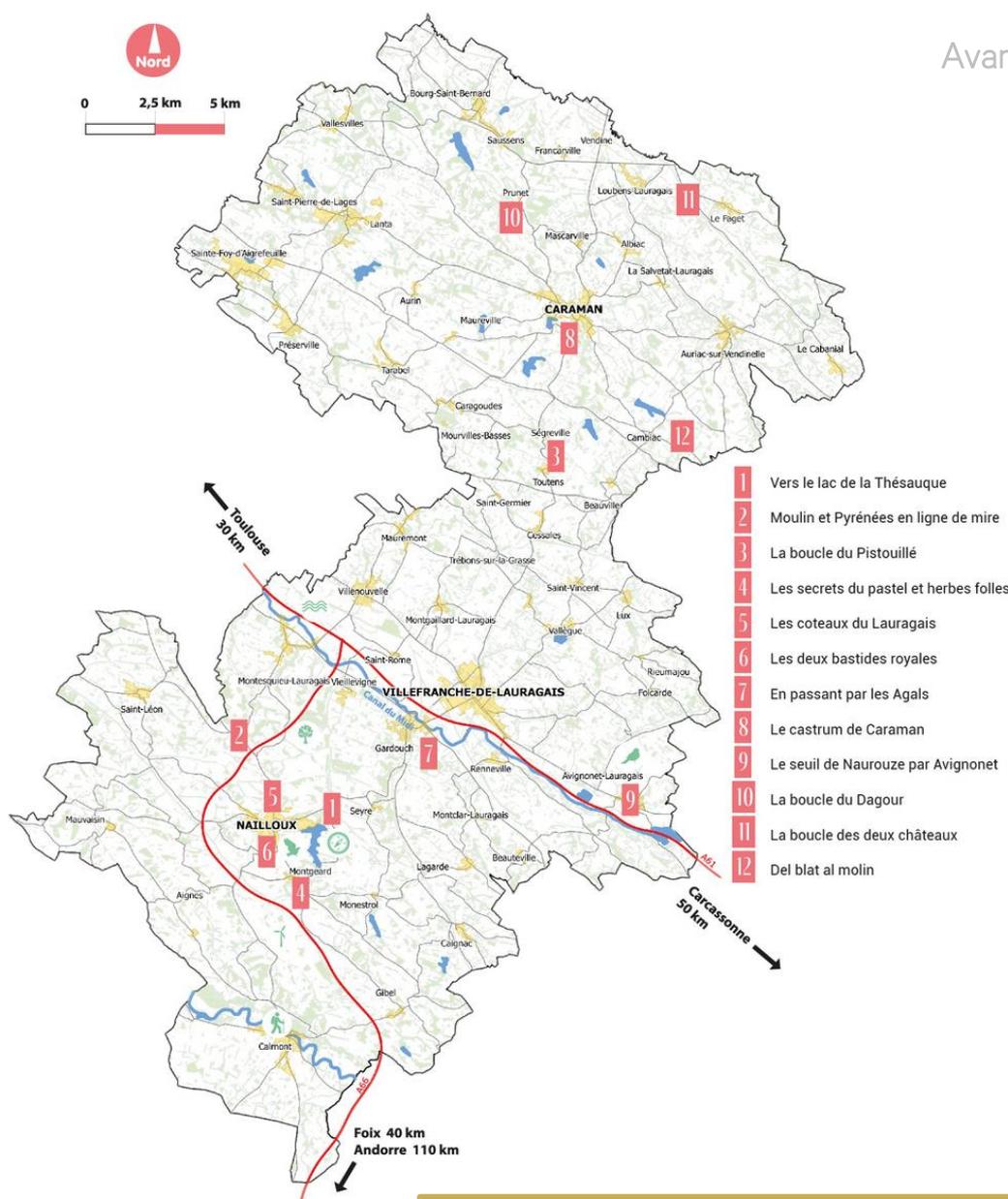
LES FORCES

- 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



LES FORCES

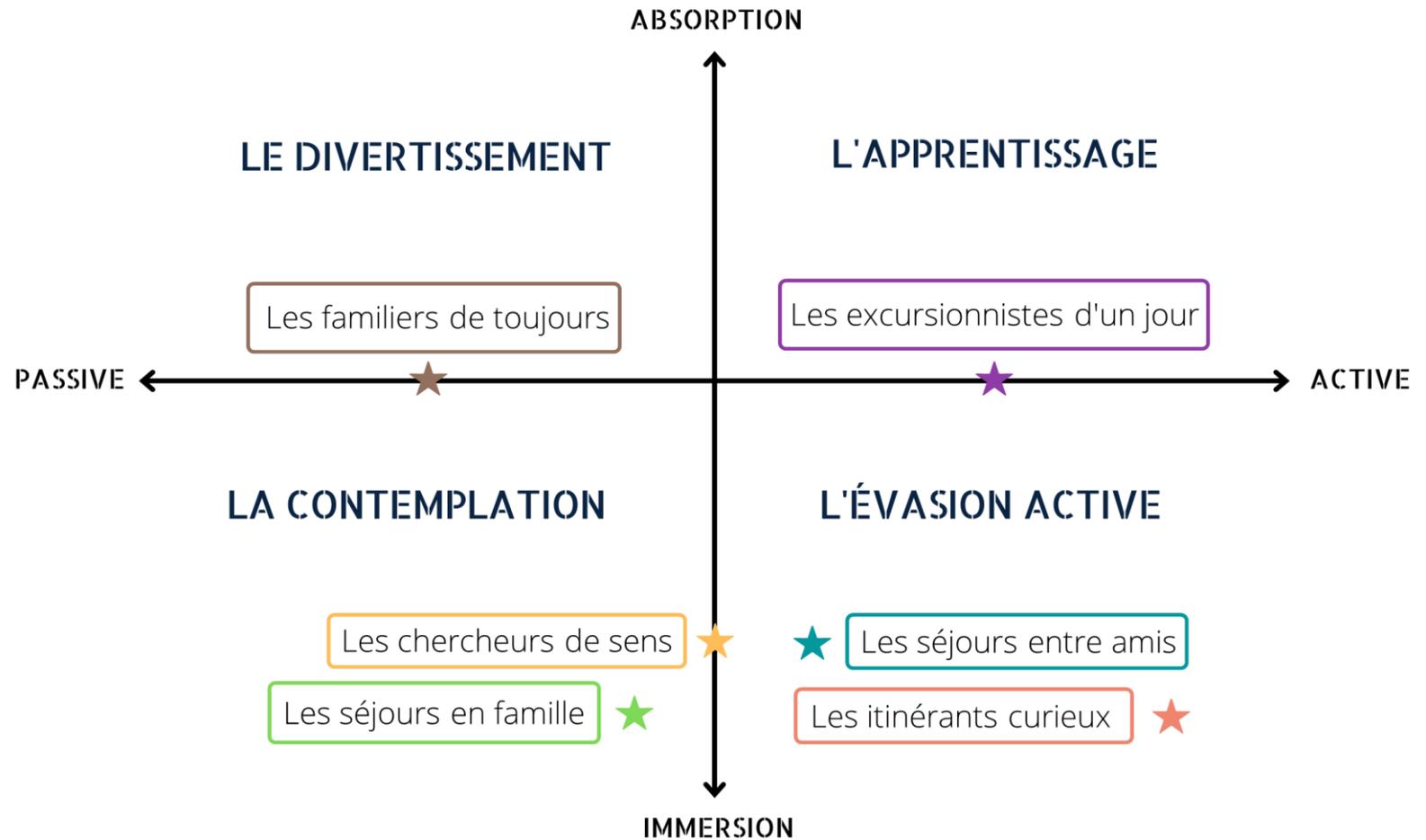
- Une offre de randonnées PR labellisées
- Une application dédiée : Cirkwi
- Deux grands itinéraires (GR, voie verte)
- Création à venir (PR Tour du Télégraphe, Route européenne équestre d'Artagnan)

LES FAIBLESSES

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

Répartition des sentiers de Randonnée sur la communauté de communes

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

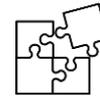


Une signalisation et des aménagements connectés

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

Informations diverses

PROCHAINS ÉVÈNEMENTS

Dimanche 17/10

Canalathlon en Pays Lauragais

Vacances de Toussaint

Vendredis 29/10 et 05/11

Visites guidées du moulin à 6 ailes

Vendredi 05/11

Visite découverte du parc éolien d'Avignonet-Lauragais

PAUSE



A tout de suite !

SPEED-MEETING

- Prenez place sur l'une des 6 tables (choix libre)
- Respectez le nombre de chaises
- Top départ pour 10 min : Présentez-vous à votre table !
(nom / activité / situation /...)
- Au «Gong» : Piochez un papier au centre de la table (à redéposer dans la cassole) et rendez-vous au n° de table pioché
- C'est reparti pour 10 min de présentation !
- Etc etc ... pour 4 rotations !

Apprenez à vous connaître !

BON APPÉTIT



Merci à tous pour votre participation !



LAURAGAIS
TOURISME