



Stratégie d'attractivité touristique dans le Pays Girou Tarn Frontonnais : Etat des lieux et actions à engager

L'APGTF est l'association qui coordonne les actions entre le Pays Girou Tarn Frontonnais et les acteurs institutionnels ou socioéconomiques. L'année 2008 a été très riche en modifications tant dans l'organisation que dans les actions : renouvellement des équipes municipales, et donc de tout l'exécutif et notamment du Bureau de l'Association, installation du siège administratif du Pays à Paulhac, structuration de l'équipe technique, élargissement de notre périmètre (la Communautés de Communes du Canton de Cadours et la communauté de Communes de Save et Garonne actée le 11 décembre 2008) ainsi que l'accompagnement des études et projets en cours et le lancement des nouvelles pistes d'actions définies dans la Convention Territoriale 2008-2013. Cette année de mutation profonde de notre association n'aurait pu se faire sans la mobilisation et la détermination de tout un territoire et de tous ses acteurs.

● Rappel des objectifs de l'Association APGTF

L'Association dénommée "Association Pays Girou Tarn Frontonnais" a pour but d'assurer le développement et la maîtrise d'ouvrage du Pays Girou Tarn Frontonnais. L'Association a également pour buts d'engager l'ensemble des démarches techniques et administratives pour la mise en œuvre du Pays et de son Contrat et ce, conformément aux dispositions de la Loi modifiée n°95-115 d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire.

Elle a notamment pour missions :

- ✘ de favoriser la mobilisation de tous les acteurs concernés,
- ✘ d'assurer l'animation et la sensibilisation des différents acteurs concernés par le projet mobilisateur de développement global et durable du Pays Girou Tarn Frontonnais,
- ✘ de soutenir et promouvoir les initiatives émergent du Territoire qui seront en cohérence avec le projet de développement territorial et le Contrat de Pays
- ✘ de prendre en charge la coordination de la procédure de mise en œuvre du contrat de Pays en liaison avec l'Etat, le Conseil Régional de Midi-Pyrénées, et le Conseil Général de la Haute Garonne.

Elle peut déléguer tout ou partie des programmes d'actions à un ou plusieurs EPCI, à une ou plusieurs communes isolées, à une ou plusieurs associations sous réserve qu'il s'agisse d'un projet structurant à portée intercommunale ou au Comité de Bassin d'Emploi du Nord Est Toulousain selon la nature des projets concernés.

Le Pays Girou Tarn Frontonnais possède des atouts favorables pour développer le tourisme de proximité. Le « bien être et le bien vivre » sont les caractéristiques principales de ce territoire, qu'il faut développer l'attractivité de ce secteur qu'on appelle « la petite Toscane ». Ce territoire possède des paysages d'une qualité exceptionnelle, qu'il faut valoriser cette identité

- Le Pays Girou Tarn Frontonnais bénéficie d'un positionnement et d'atouts favorables à un tourisme de proximité (terroir, chemins de randonnées, patrimoine culturel et environnemental,...).
- Aujourd'hui, le territoire souhaite poursuivre ses actions de soutien en faveur du développement économique, notamment en ce qui concerne le tourisme. Celui-ci pourrait être un moteur et un élément permettant de conforter ce développement économique.

Avant tout choix ou toute définition d'action, la connaissance du territoire et de son évolution reste nécessaire et a été validé par un diagnostic préalable. Ce diagnostic permet de dresser un état des lieux du territoire, et d'en analyser toutes les tendances et les problématiques relatives à l'offre et à la fréquentation touristique.

Les thématiques du diagnostic touristique aborderont :

- L'offre d'hébergements touristiques
- La restauration, gastronomie, terroir et agrotourisme
- Le patrimoine culturel, historique et architectural
- Le patrimoine naturel et environnemental
- Les équipements sportifs et de loisirs
- L'offre événementielle
- Les acteurs touristiques et la dynamique de projets

L'étude touristique permettra au Pays Girou Tarn Frontonnais d'identifier plus clairement ses potentialités, de caractériser l'offre et d'identifier la clientèle, de définir une orientation, une stratégie de communication et une image touristique.

A partir de ce positionnement touristique et en concertation, les acteurs touristiques locaux et les élus du territoire pourront définir des enjeux stratégiques pour l'avenir de l'économie touristique qui se poursuivront par la proposition d'actions ou de projets concrets, rassemblés au sein d'un programme d'actions.

Le Pays et ses potentialités

Le Pays est reconnu pour son image de « bien-être » et de « bien-vivre », notamment grâce à des terroirs particuliers comme celui de son vignoble Frontonnais classé en AOC.

Le Pays Girou Tarn Frontonnais présente aujourd'hui les caractéristiques d'un territoire touristique et de loisirs de proximité. En effet, de par son terroir, ses espaces naturels, ses chemins de randonnées, ses sites et ses projets touristiques, ce Pays reste une destination privilégiée pour les habitants de l'agglomération toulousaine. La valorisation de cette identité devra par ailleurs être mise en exergue dans la réflexion engagée comme souhaité par les élus et les acteurs touristiques.

Un touriste passe une nuit en dehors de chez lui, l'excursionniste passe la journée seulement sur le lieu. Le Pays doit optimiser et valoriser la venue des excursionnistes Toulousains. Dans un premier temps, le passage du statut d'excursionniste à celui de touriste semble difficile à réaliser du fait du manque de structures d'accueils et d'hébergements que ce soit en court ou long séjours.

Mais il faut penser le tourisme en terme d'économie de filière, par exemple : Promenade à la forêt de Buzet, mais après restaurant, effectuer des visites, acheter dans les commerces et producteurs locaux... Il faut donc développer les produits économiques qui peuvent s'intégrer dans la filière économique du tourisme et des loisirs.

Les marchés de plein vent font partie de la culture locale, il faut les intégrer à des circuits qui intéressent les excursionnistes. Notre territoire possède des paysages d'une qualité exceptionnelle, qu'il faut valoriser par des actions au service de cette identité : sentier du patrimoine, sentier de découverte floristique et faunistique, sentier d'observation du vivant et de l'environnement...

Il y a une opportunité réelle à développer le côté tourisme d'affaires et tourisme technique (viticulture). En effet, la Maison des Vins et du Tourisme de Fronton a été labellisé « Pôle d'Excellence Rurale » par l'Etat et « Grand Projet de Pays » par la Région Midi Pyrénées. Ces deux labels serviront de fondement à :

- la réalisation directement dans le site d'accueil de la Maison des Vins d'une salle dédiée à l'accueil de congrès, de formations, séminaires et de tourisme d'affaires d'une capacité d'environ 200 personnes. Cette salle, complétée par un espace traiteur permettra d'accueillir un flux d'excursionnistes de la métropole toulousaine ou d'horizons plus lointains soit directement soit pendant les temps de détente de leur congrès.
- Cette salle sera directement reliée et à l'Office de Tourisme où chacun pourra se renseigner sur les différentes opportunités de tourisme, culture, loisirs du Pays, mais aussi, à la maison des vins de Fronton où il sera possible de déguster d'apprécier et de planifier la découverte du vignoble de Fronton.

Dans ce site, l'attractivité touristique est déclinée sur deux volets :

- Côté organisation professionnelle, la capacité d'avoir un lieu de séminaires ou de congrès en petite configuration, avec une possibilité de proposer des loisirs liée à ce genre de manifestations (l'après-séminaire des participants ou le pendant-séminaire des accompagnants)
- Côté activité économique touristique, le développement de l'accueil de groupes de personnes permettra de valoriser les activités de tourisme, de loisirs....et les notions de bien être-bien vivre de ce pays. L'office de tourisme a un rôle central pour le premier l'accueil et renseignement auprès notamment des populations exogènes au département Haute Garonne ou la Région Midi Pyrénées.

Les chemins de randonnées présents sur le territoire représentent également un atout indéniable en termes de loisirs de proximité.

L'inventaire exhaustif de ces chemins à l'échelle des 39 communes, permettra d'étudier la pertinence de la mise en place d'une « Dorsale » (objectif de la Convention Territoriale 2008-2013) qui reliera les activités sportives et de loisirs au patrimoine culturel et à l'environnement. Cette dorsale devra être véritablement traitée comme structurante pour l'économie touristique à destination des excursionnistes. De ce fait, elle devra être traitée comme une voie économique avec des capacités d'accueil de structures économiques (restaurant, point chaud, hébergements...) capable de renvoyer sur d'autres activités de loisirs et donc économiques.

Concernant le patrimoine culturel, il s'agira de poursuivre et de parfaire le travail effectué dans le cadre du Schéma Culturel du Pays. L'inventaire des sites et monuments historiques, des musées et lieux d'expositions et des manifestations,... fera l'objet d'une représentation cartographique permettant ainsi de bien identifier les zones d'influence touristique et de tracer et de favoriser, par le biais des chemins de petite randonnée ou des accès routiers, une cartographie de zones d'activités possibles qu'elles soient commerciales, de restauration ou d'hôtelleries.

Le Domaine de Bonrepos-Riquet est, avec la Maison des Vins et du Tourisme de Fronton, l'un des projets majeurs du Pays Tolosan reconnus comme structurants par le Département de la Haute-Garonne.

L'ancienne propriété de Pierre-Paul RIQUET, acquise en décembre 2007 par la commune de Bonrepos Riquet, dans laquelle il élaborait la genèse du Canal du Midi en créant « la Machine Hydraulique » s'inscrit dans un contexte touristique interrégional, notamment en ce qui concerne sa relation au Canal du Midi, de Sète à Toulouse et au Canal latéral à la Garonne de Toulouse à Bordeaux.

Son positionnement à proximité de Toulouse, qui présente un nombre important de touristes potentiels, et sur l'axe principal en direction de la ville d'Albi, qui a demandé à être inscrite au Patrimoine Mondial de l'UNESCO, confère au site de Bonrepos-Riquet des atouts indéniables que la commune doit exploiter au mieux dans son projet de valorisation.

La complémentarité avec la Maison de l'Ingénieur (Revel) et les autres sites dédiés à Riquet ou à son œuvre doit être recherchée avec une mise en réseau pour ne pas entrer en concurrence.

Aujourd'hui, la commune de Bonrepos-Riquet mène une réflexion sur le projet de valorisation du Domaine et plus particulièrement sur sa vocation finale. Pour cela, elle a mis en place un Comité de Pilotage qui permet d'assurer une meilleure intégration des partenaires institutionnels dans le processus d'élaboration du projet.

Ainsi, la commune, maître d'ouvrage souhaite que le projet de valorisation du Domaine s'effectue sur la base des apports qui pourront être faits par les différents membres (résultats des différentes études qui seront réalisées sur le plan architectural, culturel et touristique).

Le Président du Conseil Général de la Haute-Garonne, dans le cadre de sa mission d'appui technique aux territoires, a répondu favorablement à la demande de la commune, en chargeant ses services de la réalisation de cette étude.

Trois pistes ont été définies :

→ **Le Tourisme patrimonial : développer le tourisme local en s'appuyant sur le nom et l'histoire du Domaine**

- Créer un point d'attraction (centre d'interprétation) et d'information touristique (porte d'entrée Est du Pays).

- Générer une complémentarité d'offres avec les autres sites ayant trait au Canal du Midi et à Pierre-Paul Riquet (Musée de l'Ingénieur de Saint-Ferréol,...).
- S'appuyer sur la proximité de villes telles que Toulouse, Albi,...
- S'adosser au potentiel culturel du site pour retracer l'histoire du Domaine.

→ Le Tourisme d'Affaires : Promouvoir le tourisme d'affaires (réception, séminaire, restauration, hébergement...)

- Créer un espace dédié au tourisme d'affaires dans les espaces du domaine (salles de réceptions et de séminaires dans l'Orangerie, Restauration dans les Communs,...).
- Encourager la réalisation d'hébergements adaptés à cette clientèle hors du Domaine (Partenariat Public Privé)
- Relier ce projet à d'autres partenaires, d'autres projets à l'extérieur (EPCI – Pays)

→ L'innovation économique sur la thématique de l'environnement, du développement durable et du paysage

- Utiliser le potentiel du Château pour créer une pépinière d'entreprises,
- installer une structure ou proposer un site de formation délocalisée (professionnelle, universitaire...) dédiées à l'environnement, au développement durable, à la rénovation de patrimoine classé, de parcs et jardins....
- Promouvoir le site pour sa double identité « Innovation » (image de Pierre-Paul Riquet) et « Conservatoire des arts et métiers du patrimoine classé » (château, parc, jardins,...).

Ces pistes stratégiques proposées intègrent tout à fait la volonté de développer l'activité économique touristique voire dans la troisième option, l'accueil d'organismes de formation sur notre Pays, tout en conservant son identité, sa culture propre.

L'hébergement touristique dans le Pays Girou Tarn Frontonnais

Cet état des lieux montre la pauvreté de ce territoire pour ce qui est de sa capacité d'accueil touristique. En effet, le Pays, à proximité immédiate de la métropole régionale, est devenu petit à petit un territoire périurbain, où la ruralité disparaît, laissant la place aux nouveaux habitants et aux paysages qu'ils modèlent : les lotissements, l'occupation de l'espace par des propriétaires qui désertent la journée dans le pôle urbain et qui ne reviennent que les soirs et weekends.

La réaffectation périurbaine de ce territoire n'a pas favorisé l'accueil touristique, du fait de manque de pôle majeur, et sa proximité avec une agglomération lui permet de profiter d'une valorisation du coût du foncier, voire des bâtiments à rénover.

Ces deux mécanismes jouent contre l'aménagement ou la rénovation de bâtiments en gîte rural, qui ne connaît pas ici le même succès que dans des territoires plus excentrés.

Le territoire propose ainsi 569 lits en hébergements marchands et 2 070 lits en résidences secondaires. Les résidences secondaires sont importantes pour les loisirs de proximité. Le ratio est de 5 lits par résidence secondaire. Nous avons sur notre secteur deux types de résidences : les résidences secondaires « non marchandes » qui sont occupées, prêtées... et qui drainent une population nouvelle (extérieure au Pays).

Il y a 480 hébergements touristiques dans le Pays Girou Tarn Frontonnais qui représentent 2,8% du parc départemental, dont 414 hébergements non marchands (résidences secondaires).

Il existe 7 hôtels non classés sur notre territoire : ils ont un rôle social très important puisqu'ils sont le refuge des familles en difficulté notamment de logements. C'est souvent le dernier recours pour continuer une trajectoire d'habitat sur un même lieu, pour continuer à être dans la même commune,

pour pouvoir continuer la scolarité des enfants, à avoir du lien social, pour ne pas être déraciné en plus dans des conditions déjà humainement supportables....

Par ailleurs, un projet de réforme est en cours, pour la procédure de classement des hôtels non classés : elle sera enclenchée à la demande de l'hôtelier qui paiera une structure privée pour ce faire.

Il y a 66 hébergements marchands qui se décomposent en 7 hôtels (142 lits), 2 Campings (135 lits), 49 Meublés de tourisme (231 lits), 8 Structures de chambres d'hôtes labellisées (135 lits).

27 porteurs de projets privés identifiés par les services du CDT31 *souhaiteraient* créer une cinquantaine de lits en hébergements touristiques.

Restauration, gastronomie

Le Pays n'a qu'un petit potentiel de restauration qui satisfait les besoins « endogènes » : restauration rapide, pause déjeuner, restaurants fermés le soir et le weekend ...

Il confirme bien le manque d'attention accordée jusqu'alors à l'activité touristique par les acteurs publics et économiques.

74 restaurants et bars sont installés dans le Girou Tarn Frontonnais : 7 sont référencés dans des guides nationaux (Petit Futé, Guide Michelin). Ces structures sont souvent mixtes, 13 cafés et bars-tabacs et 5 hôtels-restaurants, notamment celles qui sont situées dans les centres bourgs. On décompte ainsi 19 structures de restauration rapide (pizzas, sandwichs,...) et 37 restaurants traditionnels réparties autour des pôles de vie (chefs lieux de cantons).

Il y a un seul restaurant (*L'auberge du Flambadou*) labellisé «Table et Auberge de France». Ce label national met en valeur le professionnalisme, l'authenticité et le savoir faire de cet établissement.

Pourtant la demande existe, puisqu'en 2007, environ 100 demandes formulées auprès des deux offices de tourisme ont porté sur la restauration dans ce pays.

Terroir et vente en circuits courts

Ce pays du bien être et du bien vivre a vu se développer la vente dans l'exploitation ou le domaine. C'est un des points forts du pays : son agriculture très présente dans l'activité économique s'est bien adaptée aux besoins et attentes de la population accueillie et, a su diversifié ses produits et revenus.

Le Pays compte 21 structures labellisées « Bienvenue à la Ferme » sur les 115 que compte la Haute-Garonne (18%) : dont 5 Éleveurs, 9 Horticulteurs, 2 Producteurs de fruits et de légumes et 5 Viticulteurs.

Le Pays comprend dans son territoire la seule appellation viticole AOC de la Haute Garonne. L'Institut National de l'Origine et de la Qualité a labellisé les vins rouges et rosé en **AOC** « **Fronton** » (7 communes du canton de Fronton, 2 de Villemur-sur-Tarn et 11 communes du Tarn-et-Garonne).

Il compte 27 établissements qui commercialisent du vin dont 17 châteaux (65% de l'offre), 9 domaines (31% de l'offre) et 1 cave (4% de l'offre).

La mise en place de la signalétique des domaines en 2008 est la première pierre du projet ambitieux de développement du vignoble autour de l'axe stratégique clairement identifié : le

tourisme de terroir. Economiquement, il est plus rémunérateur et génère une trésorerie. En terme de promotion, l'impact de la rencontre réussie entre le producteur et le consommateur est un vecteur d'image sans égal.

Cette route des vins a été réalisée avec une obligation pour le viticulteur : adhérer à une charte d'accueil et de qualité à la propriété. Cela a obligé les viticulteurs qui voulaient accéder à cette signalétique de réaliser des travaux d'accès, d'embellissement et d'ouvrir leurs lieux de vente au moins trois jours par semaine.

L'accueil à la propriété est une solution salvatrice pour les entreprises ne disposant pas de moyens commerciaux adaptés aux nouveaux marchés nationaux ou internationaux. C'est donc une préservation d'entreprises et d'emplois, une contribution à la création, transmission et/ou reprise d'activité. Cette contribution à l'avenir est déterminante dans un vignoble où près de 60% des surfaces sont travaillées par des vignerons de moins de 50 ans.

Un bilan intermédiaire en octobre 2008 sur l'avancement des travaux du Pôle d'Excellence Rurale et du Grand Projet de Pays (Maison des Vins et du Tourisme) a permis de constater une augmentation de 15 à 20 % des ventes à la propriété. Une part importante de cette augmentation est due, entre autres, à la facilité d'accès générée par cette signalétique.

Parallèlement à la mise en place de ces outils permettant le développement durable de la vente directe, il sera plus aisé de réfléchir à une optimisation de la segmentation de notre offre sur les marchés lointains. En effet, les entreprises viticoles pourront envisager sereinement des nouvelles synergies commerciales fondamentales entre elles pour mieux approcher les marchés nationaux et internationaux.

Ainsi, il sera possible d'atteindre un des objectifs liés à cette démarche, à savoir 30% du CA de l'AOC sur les marchés internationaux. La visite d'investisseurs chinois fin 2008, envoyé à Fronton pour découvrir le Pays a permis d'organiser aux viticulteurs une rencontre en Chine et de participer à la foire de Chang Du pour faire découvrir notre AOC et de lier des partenariats.

Patrimoine culturel, historique et architectural

Le Pays est en capacité d'organiser un développement de l'économie basé sur la découverte de son patrimoine. Celui-ci est à l'image de ce territoire, riche d'un passé lié à l'agriculture à son mode de vie lié la ruralité, dans une terre de traditions.

Le Pays détient un patrimoine modeste mais riche en histoire et en culture : 51 objets sont identifiés comme historiques (statues, sculptures, retables, cloches, outils anciens, mobilier d'usine,...). Parmi ceux-ci, 15 œuvres d'église sont classées au titre des monuments historiques.

Il y a 164 monuments identifiés comme historiques (châteaux et domaines, églises, maisons anciennes, jardins d'agrément,...), dont 22 inscrits au patrimoine des monuments historiques et 4 classés.

En 2007, les deux offices de tourisme du Pays ont enregistré 2 260 demandes d'informations sur le patrimoine culturel, historique ou architectural (soit 28% des demandes d'informations).

Sur l'ensemble des sites comptabilisés, le Pays a accueilli 3 814 visiteurs en 2007 (Château de St Geniès-Bellevue, Musée archéologique de Villariès, Musée du Vieux Verfeil, Site Econotre de Bessières). De manière générale, une très large majorité des touristes visitant ces sites sont

français : le public se décompose majoritairement en visiteurs individuels (63 %), scolaires (24,5%) et groupes d'adultes (12,5 %).

L'attention doit être attirée sur le chiffre des visites du site industriel de l'Unité de Valorisation Energétique Econotre qui s'élève à 2 912 entrées gratuites. Cette entreprise accueille tous types de visiteurs (élus, habitants, touristes, scolaires..). L'organisation et la structuration des visites permettent d'atteindre un nombre d'entrées qui permet de valider que ce territoire peut organiser tourisme culturel et industriel.

Patrimoine naturel et environnemental

Le territoire du Pays, malgré sa relative préservation dans ce secteur périurbain de l'agglomération toulousaine compte relativement peu de sites reconnus au titre de la protection de l'environnement. Un patrimoine naturel « non-classé » caractérise toutefois ce territoire, avec une grande diversité de biotopes exprimés dans des paysages discontinus, tout en courbe et en rondeur, qui l'ont surnommé « la petite Toscane », expression naturelle de la multiplicité de l'environnement dans ce secteur du nord de la Haute Garonne.

Les points « marqueurs » de cet espace naturel ouverts au public comprennent :

La forêt de Buzet, les lacs de Balermes et du Laragou, le Tarn et sa voir verte... Ces sites, sont fréquentés de manière spontanée soit pour du loisir vert, des activités de nature, du sport détente, de l'excursion.... Ainsi, le parking public de la forêt de Buzet a été quasiment doublé du fait de son engorgement les fins de semaine et vacances scolaires et a été doté de toilettes publiques pour maintenir un état sanitaire satisfaisant autour de ce parc de stationnement.

La fréquentation par les excursionnistes de ce territoire est une réalité, qui peut être quantifiée mais pas qualifiée. En effet, il n'y a pas eu d'enquêtes et sondages auprès de ce public pour la satisfaction de leurs attentes, que ce soit la restauration, l'hébergement (temporaire) et de leurs besoins en produits dérivés de leurs loisirs.

Il serait bon d'imaginer, d'initier et d'accompagner des structures économiques et les collectivités porteuses de projets qui pourraient apporter de l'activité et l'emploi.

Le Pays comprend 3 Zones Naturelles d'Intérêt Ecologiques Floristiques et Faunistiques (« Gravière de l'Hers ou de la Gravette » et « Bois de Preissac » à Castelmaurou, « Bois communal et Forêt Royale » de Vacquiers).

Quelques parcelles sont identifiées comme faisant partie des sites du réseau Natura 2000 (« Garonne, Ariège, Hers, Salat, Pique et Neste », « Vallée de la Garonne de Muret à Moissac », « Vallées du Tarn, de l'Aveyron, du Viaur, de l'Agout et du Gijou »).

Nous comptons également 1 site inscrit au titre de la protection des paysages du fait de sa configuration et du plan d'ensemble d'aménagement du village, exemple très bien conservé de l'urbanisation des bourgs ruraux méridionaux, et qui a survécu aux modifications urbaines ultérieures. (« Place de la Mairie et de l'Eglise » de Gragnague).

Equipements sportifs et de loisirs

Le Pays, répond de manière spontanée, de par sa configuration, ses capacités d'accueil et ses atouts environnementaux aux demandes de sport détente.

Par contre, par rapport à l'accueil continu de population du Pays durant la dernière décennie, l'équipement en infrastructures sportives des communes est à la limite de ses capacités d'accueil et de fonctionnement quand elles ne sont pas obsolètes ou inappropriées aux pratiques dans les normes de sécurité ou d'hygiène préconisés. Le développement des activités ou de nouvelles pratiques est difficile voire impossible du fait de cette capacité réduite sans enclencher un processus d'investissement lourd pour les collectivités.

Pourtant le recensement exhaustif montre une diversité des installations et des possibilités de pratiques encadrées par une association sportive ou un club.

Il y a 120 installations de sports et loisir qui représente 250 équipements pour la pratique d'au moins 22 activités sportives différentes :

- ☑ Activités nautiques, athlétisme, basket-ball, arts martiaux, cyclisme, équitation, escalade, football, remise en forme, gymnastique, sports de plein-air, salles multisports, modélisme, natation, pétanque, rugby, danse, skateboard, sports mécaniques, tennis,...

Le cadre des activités de pleine nature, qui peuvent se pratiquer sans licence, sans affiliation à une fédération sportive commence à se structurer sur le Pays. Les dix dernières années ont vu se développer l'intérêt des habitants et excursionnistes pour le potentiel de loisirs et sports détente dans ce quadrant de l'agglomération toulousaine, et, les élus ont commencé à développer des actions pour répondre aux demandes de leurs concitoyens.

Aujourd'hui, le sport - loisirs peut s'appuyer sur 11 sentiers de randonnées, dont 7 sont aussi praticables en VTT et 2 à cheval.

Les randonnées peuvent se dérouler sur les quelques 100 km de sentiers, ce qui représentent près de 50h de randonnées Ils sont articulés autour de thématiques variées : eau, forêt, paysage, patrimoine... par exemple autour des lacs, de la Forêt de Buzet, des châteaux et domaines viticoles, des châteaux de la campagne toulousaine, et autour du panorama et du patrimoine floristique et faunistique.

L'engouement des habitants pour les sports de pleine nature a permis la floraisons de courses de renommée départementale ou régionale, voire nationale : Trail du Cassoulet de Verfeil le 05 octobre 2008, la 20ème édition de la Rando Occitane à Villemur-sur-Tarn le 21 septembre 2008,...qui attire des centaines de participants....d'accompagnants et de curieux.

Cette vitalité, cet intérêt sur le sport loisir sur le Pays est confirmé par les demandes d'informations dans les Offices de Tourisme : 935 ont concerné les activités sportives, dont 80% sur les capacités et potentialités des itinéraires de randonnée.

Acteurs touristiques et dynamique de projets

Le Pays dispose actuellement de 2 structures d'accueil et de promotion touristique :

- L'Office de Tourisme associatif de Verfeil,
- L'Office de Tourisme Intercommunal de Villemur-sur-Tarn.

Ces deux structures n'ont pas la même assise juridique et ne dispose pas des mêmes moyens pour l'information, la communication et la promotion du territoire.

Ces Offices de Tourisme reçoivent en moyenne 5 500 touristes par an. Les demandes sont variées : information sur les possibilités d'hébergement, les itinéraires de randonnée, les sites et patrimoine touristiques, les manifestations culturelles.....

Un projet de création d'un Office de Tourisme, au sein de la Maison des Vins et du Tourisme à Fronton, doublement labellisée Pôle d'Excellence Rurale et Grand Projet de Pays est actuellement en cours de réalisation. Ce nouvel Office de Tourisme devrait être opérationnel dès la fin des travaux de rénovation du Château Capdeville (2009). Cette « porte d'entrée touristique » du Pays, appuyée sur l'appellation Fronton sera un vecteur puissant de communication et d'information, en articulation avec les deux autres offices du tourisme. L'extension du périmètre du Pays permettra de s'appuyer sur deux autres Offices du Tourisme, Grenade et Cadours.

Le Syndicat de défense de l'AOC Fronton et la Commission Interprofessionnelle des Vins de Fronton, sont des acteurs importants de la filière viticole : 170 exploitations viticoles, 3 caves coopératives et 48 chais particuliers répartis sur le Pays certes, mais aussi dans le Tarn et Garonne.

Les projets touristiques majeurs en devenir du territoire sont à ce jour : La Maison des Vins à Fronton, Le domaine de Bonrepos-Riquet et le parc Kelonis à Bessières.

Ces trois projets, dont deux sont portés par les collectivités et ont été reconnus comme structurants pour le Pays montrent tout l'intérêt de la puissance publique pour le développement d'un pôle de loisirs et d'excursion dans la grande agglomération toulousaine.

Le Pays Girou Tarn Frontonnais, nouvellement dénommé Pays Tolosan porte ce projet de tourisme durable et œuvre depuis quasiment une décennie pour que ce territoire se débarrasse de son image de « banlieue périurbaine » pour être reconnue comme lieux de vie, de tourisme vert et de loisirs.

Stratégie de développement de l'attractivité touristique

Après avoir fait un état des lieux aussi exhaustif que possible sur l'accueil et les potentialités touristiques, plusieurs pistes d'action ont été dégagées. Ce travail a été effectué en partenariat avec le Conseil de Développement, les acteurs du monde agricole, et les associations sportives et culturelles du Pays.

Les pics de fréquentation des différents établissements touristiques de notre pays ont permis de définir les périodes touristiques qui s'échelonnent sur :

- Les vacances d'été qui vont des ponts du mois de mai jusqu'à la Toussaint
- Les vacances d'hiver qui s'articulent autour de Noël

Le premier postulat pour poser l'attractivité touristique d'un territoire est de communiquer, de faire savoir....

Le Pays, situé dans l'aire de l'agglomération toulousaine doit pour se faire, se débarrasser de son étiquette de banlieue pour acquérir la dénomination revendiquée de Pays du bien être et du bien vivre.

Sa capacité à se projeter dans son futur lui a permis d'acquérir et de consolider des atouts et des images valorisantes. A partir de ces points forts et repérés, l'élaboration de sa stratégie s'est construite.

- ✓ **Développer la Communication et ses outils sur les produits déjà identitaires.**
- ✓ **Appui sur ses deux projets structurants**
- ✓ **Accueil d'activités pédagogiques et de loisirs**
- ✓ **Associer la ruralité à ce développement touristique**

La Maison des Vins et du Tourisme sera la vitrine des produits du Pays, et, dans un premier temps, développera le tourisme lié à l'œnologie.

Il faut bien intégrer que un tiers des touristes viennent en France pour le vin « faire de l'œnotourisme ». Cette demande touristique thématique répond aux demandes formulées par :

- La recherche d'authenticité et de convivialité
- La thématisations des séjours
- La volonté de mieux connaître le vin devenu véritable « produit plaisir »

L'offre de tourisme est encore peu développée et donc la concurrence est encore faible, bien que faussée par les grandes appellations de renommée mondiale (Bourgogne, Bordeaux ou Champagne....

Il est impératif de se saisir de cette opportunité et d'orienter la communication de la maison des vins sur l'intérêt porté à l'œnotourisme.

La première étape à été déjà réalisée par la signalétique de la Route des Vins grâce aux financements des Conseils Généraux et de l'Europe. Elle est révélatrice de l'intérêt porté par les pouvoirs publics à ce type d'activités, et aux débouchés de la vente en circuits courts. De plus elle est l'indication forte de la réalisation d'un produit touristique.

La deuxième étape doit être la communication autour de la Route des Vins et des Châteaux qui vendent à la propriété. Présence et animations sur les foires et manifestations nationales et mondiales centrées sur le vin et l'œnotourisme sont obligatoires pour faire connaître l'AOC Fronton et tout le reste du Pays par entraînement.

Un site internet devra être mis en place, des manifestations festives se dérouleront pour attirer, promouvoir ce pays.

Cette stratégie de communication a été actée et validé par le Pays et une demande de financement auprès des Conseils Généraux et du FEADER doit être déposé par le le Syndicat AOC Fronton et/ ou le CIVSO.

La vitrine de Terroir de la Maison des Vins et du Tourisme ne sera pas simplement un dépôt vente de vin. Les objectifs seront doubles : d'une part, améliorer la visibilité des publics sur les ventes (présentation en un seul lieu de l'AOC), et, d'autre part, pouvoir minimiser les pertes de clientèle lorsque les ventes à la propriété ne sont pas possibles (fermeture, du domaine...). Il n'est pas question de transférer une activité commerciale ou d'effectuer un transfert de propriété : la vitrine du terroir n'est pas propriétaire du stock (ce n'est donc pas une activité commerciale) .

Elle est là pour présenter, pour valoriser et communiquer autour de l'AOC.

La dégustation sur place proposera de déguster le vin en fonction du choix de la clientèle ou sur proposition différente chaque semaine pour mettre en avant certains vins, certains châteaux L'initiation à la dégustation et l'offre de cours de dégustation (avec des dates fixes et un prix fixe) permettra de diversifier l'offre mais aussi le public touché (touristes, mais aussi familles, associations, Comités d'Entreprises...).

L'organisation de journée de découverte des plus beaux domaines du Frontonnais avec un œnologue auprès de particuliers ou de groupes (date fixe, prix fixe, nombre de personne fixe) permettra de valoriser certes l'AOC mais aussi de communiquer et de valoriser économiquement ces activités articulés entre travail, loisir et plaisir.

La promotion de ces produits et la réservation seront faites par la maison des vins, qui sera donc initiateur et organisateur. Il serait plutôt envisageable, pour la mise en œuvre de ces prestations de

faire appel à de la sous-traitance, à faire appel à des structures extérieures spécialisées. En effet, le Syndicat de Fronton et le CIVSO ne possèdent pas en interne ce type de compétences. Cela permettrait de pouvoir attirer ces structures voire d'aider à leur création sur notre Pays.

Base de la réflexion pour lancer l'activité économique touristique

La labellisation de la Maison des Vins et du Tourisme en tant que Pôle d'Excellence Rurale a permis de lancer une de réflexion autour d'une dynamique touristique à mettre en œuvre. Le second projet structurant, le Domaine de Bonrepos Riquet a été intégré à cette réflexion, du fait de sa position stratégique sur notre Pays et de la notoriété de son patrimoine. en effet, le canal du Midi a été classé au patrimoine Mondial de l'Unesco, ce qui permet de toucher un public au niveau mondial.

Une réflexion sur les deux sites est en cours pour attirer le tourisme d'affaires via la réalisation de salles d'accueils, de séminaires avec possibilité de restauration.

En partant du principe que le tourisme d'affaires reposait sur le portail du Pays que seront la Maison des Vins et le Domaine de Bonrepos, il a fallu se positionner sur le marché concurrentiel, et démontrer l'intérêt de ce type de manifestation, et découverte voire de fidélisation des clients potentiels, tant les organisateurs que les participants. La richesse patrimoniale et touristique du Pays permet de mobiliser des partenaires internes pour élaborer des circuits, des prestations complémentaires au séminaire lui-même. De plus, la spécificité de l'AOC Fronton permet de se démarquer par les diverses propositions qui peuvent être créées autour de l'oenotourisme. Le Domaine de Riquet permettra de diversifier l'offre autour d'un axe plus culturel avec une entrée technique et ingénierie humaine, et, toujours en filigrane, la possibilité de mettre en avant les produits, l'environnement et le patrimoine de notre Pays.

L'étude s'est basée sur les besoins de 20 entreprises de la région toulousaine ayant déjà organisé des séminaires dans des salles identiques en terme d'accueil et de prestations proposées.

Ces entreprises ont été choisies en fonction de leur taille et de leur activité qui les prédisposent à avoir déjà eu recours ou à avoir besoin de locations de salles et de prestations clés en mains:

- moins de 50 salariés : 15 (1 secteur agroalimentaire, 1 clinique médicale, 2 centre recherche universitaire, 1 laboratoire recherches privés, 5 entreprises BTP, 3 entreprises distribution, 2 syndicats professionnels)
- de 50 à 200 salariés : 15 (5 entreprises TP/ Génie Civil, 2 entreprises Bâtiment , 4 entreprises SSII, 2 entreprises conseil ingénierie projets, 1 entreprise automobile)
- 200 salariés et plus : 5 (1 GIE aéronautique, 1 Banque Régionale , 2 SSII, Mutuelle bancaire).
-

Le nombre de salariés n'a pas réellement d'influence sur les besoins en terme de taille de la salle (par exemple, le Crédit Agricole du Nord Toulousain recherche des salle d'une contenance maximale de 100 personnes pour ses séminaires ou pour ses Assemblées Générales Locales)

Nous avons également pris appui sur deux agences conseils en évènementiels pour entreprises (With You et Annapurna) pour leurs expériences et leurs visions dans ce domaine d'activités.

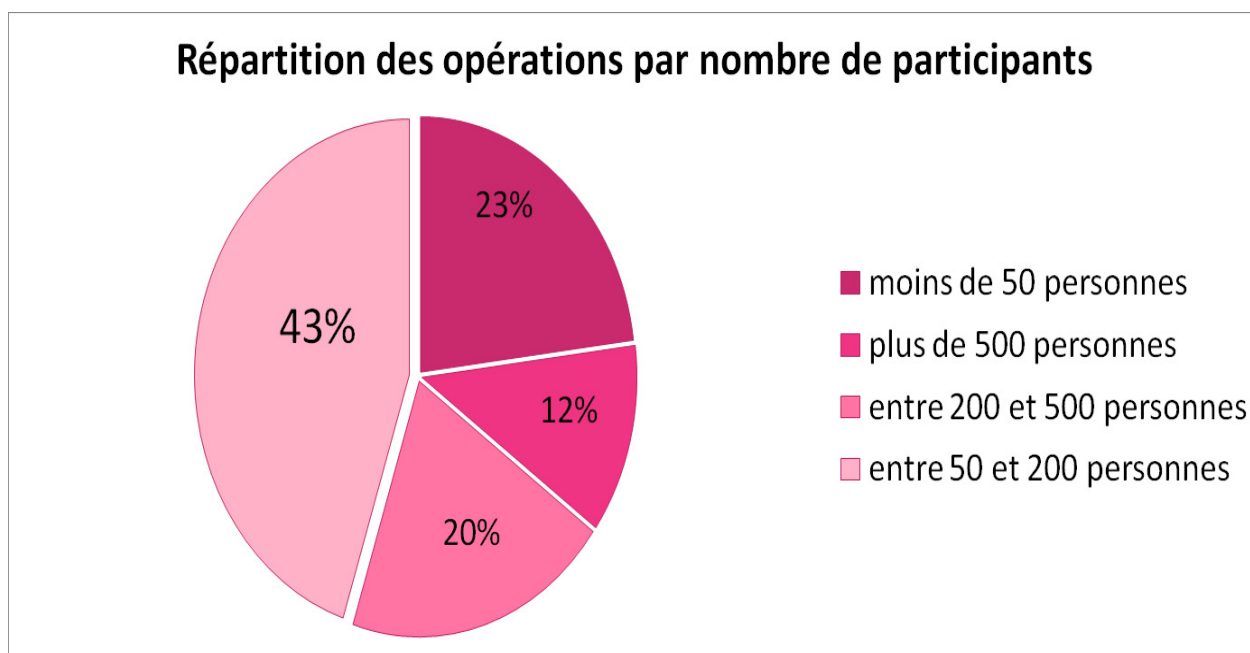
Un questionnaire a été envoyé auprès de ce panel d'entreprises, des rencontres avec certaines DRH ont été possible (du fait de leur intérêt pour repérer dès l'amont des petites salles de séminaires complétées avec d'autres prestations).

Le tourisme d'affaires associe d'une part, le tourisme c'est-à-dire les déplacements et la consommation nécessaires aux personnes en déplacement (hébergement, restauration, accueil, transferts et parfois loisirs) et d'autre part, une fonction professionnelle ou sociale (prospection de clientèle, chantiers, études, formations, négociations...).

Le tourisme d'affaire comprend des diversités de demandes au sein même de l'échantillon avec de nombreuses modulations des prestations possibles, dont la classification, par les entreprises interrogées peut se résumer à ces grandes catégories :

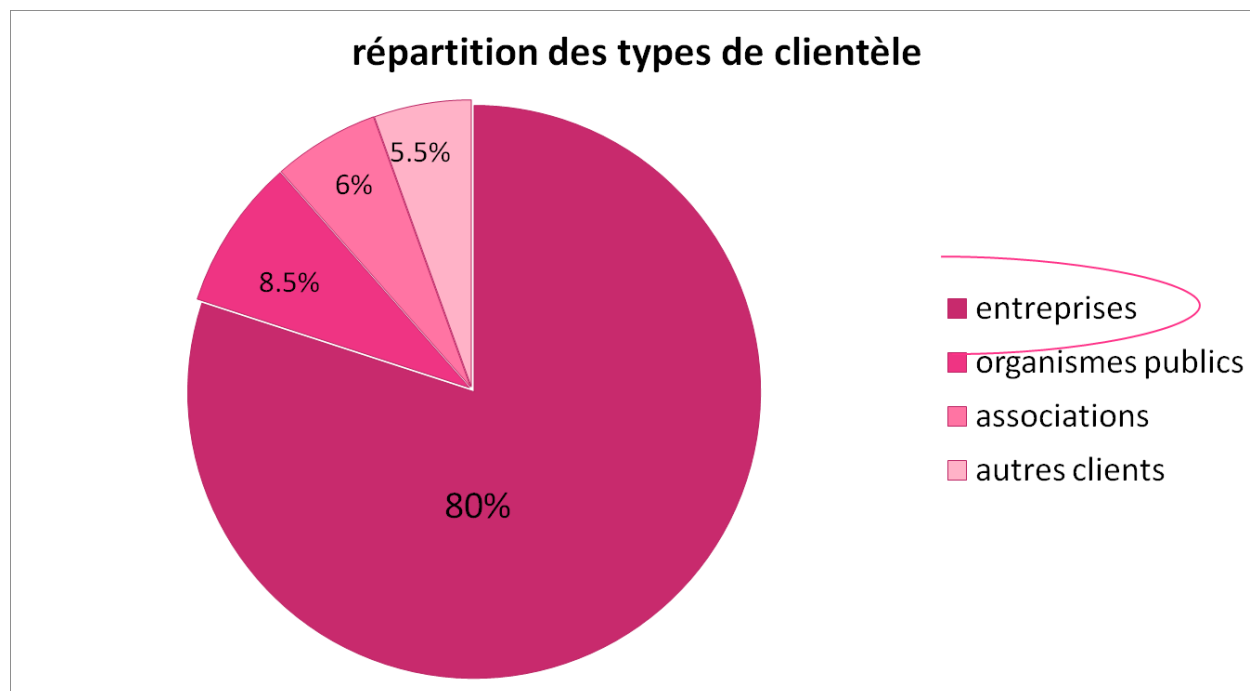
- le congrès (lieu de rassemblement des professionnels, de la filière qui permet de présenter le lancement de nouveaux produits)
- le symposium (congrès scientifique réunissant des spécialistes et traitant d'un sujet particulier)
- le colloque (réunion et débats entre des spécialistes)
- le « Road show » (tournée de présentation par les dirigeants d'une société auprès des grands investisseurs)
- les journées d'études
- le « Team building » (atelier de motivation des employés pour former une équipe qui ensemble, travaille et réalise en même temps)
- la convention d'entreprise (réunion interne)
- les foires: Regroupement d'exposants afin de présenter des échantillons de produits
- le salon: (foires)
- l'incentive (voyage organisé pour les salariés lorsque les objectifs qualitatifs et quantitatifs ont été atteints)
- le séminaire/conférence (Groupe de travail)

Les séminaires et les « incentives » sont les prestations les plus demandées sur la région Midi Pyrénées. La diversité de l'offre est une des spécificités française, en réponse aux demandes des entreprises, notamment avec l'accompagnement de la location basique de la salle (80% des clients sont les entreprises).



Sur l'échantillonnage que nous avons donc retenu, 23 % des événements concernent des manifestations de moins de 50 personnes, et 43 % des manifestations comprises entre 50 et 200 personnes. La salle proposée par la Maison des Vins et du Tourisme est donc au cœur de la cible

du tourisme d'affaires qui est visée. elle pourrait convenir à un panel de 50 % des prestations demandées au cours des deux dernières années



Les prestations types demandées pour ces manifestations :

↳ **la location :**

équipement nécessaire lors du séminaire sur place : salle vide, ou, salle avec équipements (tables + chaises + rétroprojecteur...) + traiteur, ou, salle + équipements + traiteur + logement

↳ **la durée :**

1 journée (salle 1 jour +1 repas + 2 pauses), ou, 1 journée + 1 soirée (salle 2 jours + 2repas + 2 pauses) ou, 2 journées (2 repas + 4 pauses + logement nuit)

↳ **l'animation:** différents types possibles → prestataire d'animation

Les prestations demandées sont souvent fonction du cœur de métier du prestataire : propriétaire de la salle, restaurateur ou traiteur, hôtelier ... en fonction de l'environnement de la salle, il y a souvent négociation sur les différentes prestations et leurs coûts envisagés.

La durée de la prestation détermine souvent le choix du lieu (prestataires :hôtellerie ou agence évènementielle).

il y a énormément de concurrence entre les salles de réception du fait de l'offre importante de salles privées du secteur de la restauration qui peuvent proposer une prestation de location de salle à la journée.

Les agences évènementielles ont, quant à elles, développées les prestations type location de salle dans un restaurant, complété par un hébergement de proximité, soit directement avec de grandes chaînes d'hôtellerie qui proposent toutes les prestations (salle équipée, restauration et hébergement) dans un même lieu.

Il faut cependant souligner que les agences reconnaissent que ce type de prestation intéressent plutôt les grands groupes et les manifestations réunissant plus de 200 personnes.

La concurrence

Nous sommes partis du postulat des salles qui seront bien tôt disponibles et de leur capacité à accueillir et proposer des prestations : location de salles avec possibilité de services associés tels que traiteur, hôtels, animations...

En majorité la concurrence se trouve en région Midi Pyrénées pour les manifestations professionnelles avec 86% des salles concurrentes directement en Haute Garonne, dont environ 95 % se trouvent dans la grande agglomération toulousaine.

Les grandes salles de réception (plus de 200 personnes) se trouvent elles dans Toulouse même et sont retenues dans des délais dépassant l'année, notamment pour les évènements accueillant maximum 150 personnes ;

Pourtant les professionnels de ces manifestations posent que, malgré cette proximité de la concurrence, un délai minimal de 8 mois est obligatoire pour construire une prestation, réserver une salle.

De plus, pour une demande spécifique sur une salle ou un lieu précis, un délai d'un an semble réaliste pour que la prestation soit à la hauteur des attentes du client.

Il y a une interaction des différentes occupations possibles des salles de cette capacité, notamment dans l'hôtellerie et la restauration, avec les manifestations familiales (évènements et fêtes familiales) .

La prestation de location de salle est dans 42% des cas associée à un service de restauration (ou de traiteur sur place)

Il y a peu de communication sur les potentialités de location de salles, avec un accès par contre largement utilisé des agences événementielles, qui ont là un choix de salles, de lieux, de prestations à proposer à leur clientèle.

Elles s'en servent comme « vitrine -présentoir » de ce qui peut être proposé en terme de concept. elles définissent par ailleurs plus précisément les attentes et(adaptent l'offre et la demande, en fonction de leurs carnets spécifiques de prestations. Pour exemple, il y 90% des salles qui sont référencés sur un des deux sites principaux de ce secteur d'activité.

Les prix de la location ne sont pas indiqués sur ces sites de référencement : 62% des salles étudiés ne communique par leurs prix mais demande d'être contactées pour envoyer une estimation du coût de la prestation envisagée.

Malgré la place de Toulouse et la Haute Garonne dans le monde économique européen, voire avec l'aéronautique et l'espace dans l'économie mondiale, la langue française seule est parlée dans 76% des cas.

La stratégie touristique du Pays :

Dans le cadre de la mise en œuvre de sa stratégie touristique, le Pays Tolosan a voulu faire un point exhaustif des potentialités de développement économique qui seront induites par la réalisation de la salle de séminaire, et dans quel(s) segment(s) de marché, il pouvait se positionner.

- Après dépouillement de l'enquête, il apparaît clairement qu'il faut établir une politique basée sur un modèle économique différent de l'actuel, afin de créer une véritable valeur ajoutée pour les futurs « clients » ou excursionnistes et touristes, et de se différencier des offres de la concurrence, tant en terme de rayonnement géographique qu'en proposition de prestations et de produits
- Les salles de réceptions et de séminaires avec les prestations qui les accompagnent sont souvent perçues avec un positionnement de luxe . Il apparaît clairement que les PME peuvent être attirées par une offre à leur destination exclusive, car adaptée à leurs besoins et à leur budget.
- Cette entrée « séminaire, accueil de groupes » permet une communication collective vers un public, qui à la base serait relativement concentré sur la métropole toulousaine, et qui, de prime abord pourrait ne pas penser à cette prestation de proximité....qui trouverait son prolongement avec un tourisme de loisirs et de nature familial.
- Ce rapport de proximité essentiel est absolument à prendre en compte et à développer, car le rapport de proximité (manifestation professionnelle) serait le vecteur d'information pour la sphère conviviale et familiale.
- Les deux possibilités d'accueil (Fronton et Bonrepos) permettraient un balisage aux portes du Pays et une redistribution sur le territoire des excursionnistes et touristes.
- La création dans la Maison des Vins et du Tourisme de Fronton d'un Office du Tourisme permettra d'accueillir, d'informer et d'orienter toutes les personnes dans leurs activités professionnelles ou dans un cadre de loisirs sur tout le territoire du Pays.
- Il est donc essentiel de continuer à mettre en réseau tous les offices de Tourisme pour que l'information sur les manifestations et activités touristiques soient recensées, répertoriées et communiquées au public le plus large.
- L'entrée des communautés de communes de Save et Garonne et de Cadours dans le pays Girou Tarn Frontonnais permettra d'élargir les offres et prestations, notamment d'une part en propositions touristiques ou d'activités de pleine nature (Château de Laréole, Moulin de Brignemont, le labyrinthe du Château de Merville, les villages bastides, la halle de Grenade, les sentiers de randonnées...) ainsi qu'en diversification des gîtes et des hébergements.
- Une action auprès des acteurs privés de l'hébergement va être initiée pour l'amélioration de la qualité de l'accueil, en partenariat avec la Comité Régional du Tourisme et la Région Midi Pyrénées. En effet, le Pays compte peu d'hôtels et qui plus est, ces hébergements sont de qualité jugée peu satisfaisante. Une campagne d'information sur l'amélioration et la requalification de ces structures va être engagée, avec, d'autre part, le repérage et l'attraction de porteurs de projets dans ce secteur d'activités, grâce à l'appui technique et l'accompagnement du CRT et du CDT.

- L'attractivité du territoire se basera sur « le bien vivre et le bien être » avec d'une part, la gastronomie et l'œnologie, et, d'autre part, les loisirs de pleine nature qui sont déjà bien déclinés et reconnus sur notre pays, renforcés et étendus par les activités proposées sur Cadours et Grenade.

- La création de pôles d'intérêt touristique comme le projet « Kélonis », espace pédagogique scientifique et naturel sur la thématique de la tortue qui s'installe à Bessières devra être soutenue par l'Etat et les Collectivités : en effet, les retombées financières et de notoriété de ce site pour notre Pays sont difficilement quantifiables (entre 20 et 40 000 visiteurs par an attendus)

- Une politique agressive de communication devra être menée via les Offices de Tourisme, certes, mais aussi tous les partenaires sur le Pays : l'AOC Fronton, Le Comité Départemental Du Tourisme, le Comité Régional du Tourisme, structures touristiques, manifestations culturelles ou événementielles.... devront associer le nom du Pays à leurs campagnes de communications.

- Le Pays va créer un site où seront répertoriés toutes les activités liées au tourisme d'affaires ou familial et à ses déclinaisons, de manière à toucher un public régional, national et international.

- Pour se positionner sur le segment du « bien vivre », la première réalisation (courant 2008) a rencontré un vif succès auprès des excursionnistes qui déambulent sur notre Pays : la signalétique de la route des vins. Elle a permis de faire un premier bilan : l'augmentation de la vente en circuit court s'est développé (première estimation autour de 15 à 20 points)

- Dans le même état d'esprit, pour raccourcir les circuits de vente, pour intégrer les exploitants agricoles à la dynamique du territoire, un répertoire des ventes en circuits courts va être réalisé par le Pays : il sera disponible en version papier dans les offices du tourisme, et, en version électronique sur le site du Pays. Il devrait être consultable en ligne au premier trimestre 2010.

- Enfin, de nombreux contacts ont été pris pour le Domaine de Bonrepos Riquet, car il a un double atout : être le lieu de vie et d'expérimentation de Pierre Paul Riquet : il peut donc être rattaché, via le Canal du Midi au patrimoine Mondial de l'Unesco, et, être un centre d'interprétation et de ressources sur la vie dans le Pays au XVIIème siècle. Le tourisme d'affaires pourrait s'appuyer sur la vie et les arts techniques autour de l'eau et de la brique. Un centre de formation autour de ces thèmes pourraient être accueilli, sachant que le tourisme peut se conjuguer avec bonheur avec les activités économiques et professionnelles puisqu'ils se concentrent sur des horaires très différenciés.

Cette stratégie de développement de l'activité touristique a été actée par la Convention Territoriale 2008-2013, certaines actions ont déjà débutées, d'autres sont en réflexion ou en études préalables. Cette stratégie doit amener de la diversification, de l'enrichissement économique et de l'emploi à tout un secteur d'activités jusque là embryonnaire et à tout un territoire.

Le Pays s'inscrit dans une démarche de développement durable de l'activité touristique, avec l'idée résolument tournée vers la commercialisation en circuits courts, le développement des déplacements intermodaux (gares, vélos, piétonniers, sentiers de randonnées) pour les excursionnistes, l'intégration de paramètres environnementaux tant dans la construction de sites que la réalisation des itinéraires de randonnées ou d'excursion.

L'activité produite et développée doit d'abord se redistribuer vers les acteurs et partenaires locaux et amener de la richesse tant économique certes que sociale et environnementale. A ce titre, deux salariés du Pays devront suivre, de manière croisée, tous les dossiers concernant l'activité économique et le tourisme pour y intégrer ces notions portées et défendues par tout un Pas « le bien être et le bien vivre ».