



Le tourisme en Pays Tolosan quels enjeux ? quel projet ?

Journée du tourisme en Pays Tolosan

25 octobre 2012

RAPPEL DE LA DÉMARCHE

- **Décembre 2010 : DIAGNOSTIC TOURISTIQUE - étude DAEDL**
- **Janvier à mai 2011 : APPUI A LA DÉFINITION D'ORIENTATIONS DE VALORISATION ET D'ORGANISATION : accompagnement DLA 1**
 - Rencontres individuelles avec les OTSI
 - Analyse des besoins
 - Proposition de pistes d'actions
- **2011/2012 : ACTIONS DANS LE CADRE DU PAYS**
 - Edition de la carte touristique
 - Participation au salon de Toulouse
 - Développement du travail entre OTSI
- **Mars à octobre 2012 : DÉFINITION DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE : accompagnement DLA 2**
 - Détermination du poids économique du tourisme
 - Définition de la stratégie
 - Définition des actions
 - Organisation du séminaire tourisme du 25 octobre : présentation des enjeux et de la stratégie

LE GROUPE DE TRAVAIL

- **Les personnels des 6 offices de tourisme et syndicats d'initiative + la chargée de mission tourisme et culture du Pays**
- **8 séquences de travail**
 - 15 mars (comité de pilotage + séance de travail)
 - 29 mars
 - 3 mai
 - 7 juin
 - 22 juin
 - 19 juillet (rencontre avec le CDT 31)
 - 13 septembre
 - 18 octobre

1 - Le tourisme : quelques définitions

● Le tourisme

- Le tourisme comprend « les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs »
- On distingue :
 - **Les touristes** qui passent au moins une nuit dans un hébergement marchand ou privé
 - **Les excursionnistes**, visiteurs à la journée

● Des motifs variés peuvent générer du tourisme

- Loisirs, détente, vacances
- Visites parents et amis
- Santé
- Affaires et motifs professionnels
- Pèlerinage
- Manifestations sportives
- Voyages scolaires
- ...

1 - Le tourisme : quelques définitions

- **L'organisation du tourisme : la loi du 23 décembre 1992 portant sur la répartition des compétences dans le domaine du tourisme**
- **Etat.** Il réglemente, agréé et classe les équipements, organismes et activités touristiques. Il assure la promotion du tourisme français sur les marchés extérieurs et au sein des organisations internationales compétentes. Enfin, il favorise la coordination des initiatives publiques et privées dans le domaine du tourisme et apporte son concours aux actions de développement touristique des collectivités territoriales.
- **Région.** Elle élabore les objectifs à moyen terme du développement touristique régional dans le cadre d'un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs. La loi n°2002-276 du 27 février 2002, relative à la démocratie de proximité précise que le Conseil régional coordonne, dans la région, les initiatives publiques et privées dans le domaine du développement, de la promotion et de l'information touristique.
- **Département.** Il peut créer un Comité Départemental du Tourisme qui exerce son activité en harmonie avec les collectivités territoriales et en partenariat avec les organismes intéressés au développement du tourisme dans le département. Enfin, le Conseil général peut établir un schéma d'aménagement qui prend en compte les orientations définies par le schéma régional.
- **Communes et groupes de communes.** Elle peuvent créer un Office de Tourisme, chargé des missions d'accueil, d'information, de promotion touristique locale.

1 - Le tourisme : quelques définitions

- **Le Code du Tourisme : depuis le 1^{er} janvier 2005**
 - **Le livre I** retrace l'organisation générale du tourisme et notamment la répartition des compétences touristiques entre l'Etat, les collectivités territoriales, les établissements publics de coopération intercommunale.
 - **Le livre II** régit les activités et professions du tourisme.
 - **Le livre III** est consacré aux hébergements, équipements et aménagements touristiques.
 - **Le livre IV** regroupe les dispositions relatives au financement de l'accès au vacances et à la fiscalité du tourisme.

1 - Le tourisme : quelques définitions

- **L'organisation du tourisme en France**

Niveau national

Ministère de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme



Atout France

Agence de développement touristique de la France

Conseil National du Tourisme

Niveau régional

Préfet de Région



**Délégation Régionale
au Tourisme**

Conseil Régional



Comité Régional du Tourisme

Niveau départemental

Conseil Général



Comité Départemental du Tourisme / Agence de Développement du Tourisme

Niveau local

Communes et communautés de communes



Offices de tourisme

1 - Le tourisme : quelques définitions

● La compétence touristique des collectivités territoriales

- Une compétence communale ou transférée à une communauté de communes
- Des territoires qui s'organisent : recherche d'une adéquation entre l'exercice de la compétence et la destination touristique (du pôle touristique au territoire élargie = regroupements intercommunautaires)

● Une compétence à préciser : grande latitude des collectivités

- Création d'un office de tourisme pluri-compétent
- Politiques de développement touristique
- Aménagement

● Le rôle des Pays et territoires

- L'impulsion
- La coordination

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités



France



Direction des Affaires Économiques et du Développement Local

Espagne

- Autoroute en service
- - - - Autoroute en construction
- Route internationale
- Principales lignes ferroviaires
- Aéroport international Toulouse Blagnac
- Département de la Haute-Garonne

0 100 km

© Cartographie : Conseil Général de la Haute-Garonne - DAEDL, juin 2010

2 - Le tourisme en Pays Tolosan

Positionnement (étude DAEDL)

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">● Un terroir viticole de renommée internationale● De vastes espaces naturels boisés● Un territoire touristique et de loisirs de proximité pour la métropole régionale voisine	<ul style="list-style-type: none">☑ Une faible identité touristique☑ Un territoire périurbain dépourvu de site touristique majeur
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">☑ La proximité de l'agglomération toulousaine☑ Des équipements touristiques structurants (Maison des Vins et du Tourisme de Fronton et Domaine de Bonrepos-Riquet)	<ul style="list-style-type: none">☑ La concurrence de territoires et de sites touristiques de grande renommée à proximité (Toulouse, Albi, Gers, Pyrénées)

2 - Le tourisme en Pays Tolosan

L'offre d'hébergement (étude DAEDL)

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• De nombreuses résidences secondaires• Une répartition territoriale relativement homogène des hébergements marchands	<ul style="list-style-type: none">☑ Un hébergement marchand peu diversifié<ul style="list-style-type: none">☑ Une capacité hôtelière faible et peu qualifiée☑ Un hébergement de groupe quasiment absent de l'offre territoriale
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">☑ Un parc de meublés de tourisme relativement qualifié☑ Des chambres d'hôtes de qualité compensant la faiblesse du secteur hôtelier☑ Un hébergement de plein-air de renommée, à développer	<ul style="list-style-type: none">☑ La concurrence de l'agglomération toulousaine sur le secteur hôtelier☑ Des taux d'occupations faibles pour l'hôtellerie

2 - Le tourisme en Pays Tolosan

Restauration, gastronomie, terroir, agrotourisme

(étude DAEDL)

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">● Une répartition territoriale homogène des restaurants traditionnels ● Un nombre important de structures d'agrotourisme	<ul style="list-style-type: none">☑ Un secteur de la restauration pas toujours adapté aux exigences des habitants et des touristes (horaires restreintes, tarifs trop élevés,...)☑ Peu de productions « typiques » au sein du terroir nord toulousain, à l'exception du vignoble Frontonnais
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">☑ Quelques établissements de renom☑ La réputation nationale de l'ail violet de Cadours☑ Une identité des Vins de Fronton qui s'étend au-delà des frontières de l'AOC, et qui impacte le Pays Tolosan dans son ensemble	<ul style="list-style-type: none">☑ Un développement important de la restauration rapide en concurrence avec la restauration traditionnelle

2 - Le tourisme en Pays Tolosan

Patrimoine (étude DAEDL)

Atouts	Faiblesses
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">● Un patrimoine architectural de qualité et des sites inédits● Un espace naturel protégé (Le Ramier de Bigorre)	<ul style="list-style-type: none">☑ Un manque de signalétique touristique du patrimoine
<ul style="list-style-type: none">☑ La présence de nombreux châteaux restaurés ou en cours de rénovation (Laréole, Bonrepos-Riquet, Merville, Larra,...)	<ul style="list-style-type: none">☑ Une baisse de la fréquentation touristique de certaines structures

2 - Le tourisme en Pays Tolosan

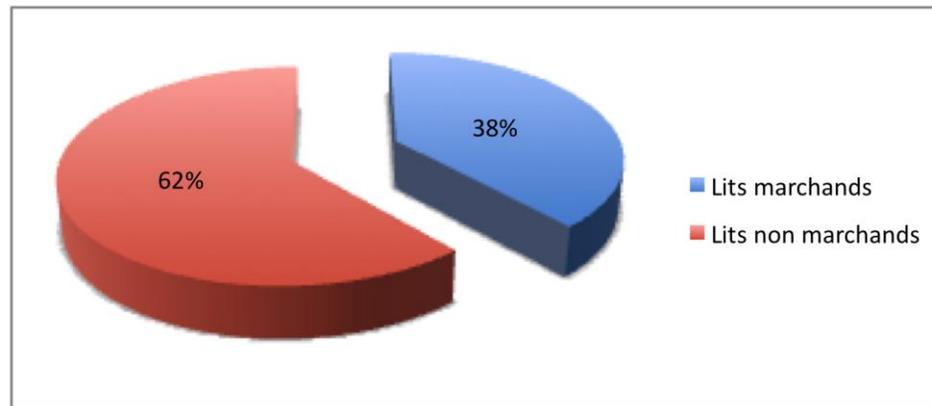
Les équipements sportifs et de loisirs (étude DAEDL)

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">● Une diversité des activités sportives● Une répartition homogène des installations● Des structures de loisirs familiales (Animaparc, Le labyrinthe de Merville,...)● Des manifestations fréquentes, variées et originales	<ul style="list-style-type: none">☑ Des équipements structurants qui font défaut (piscine couverte,...)
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">☑ Des chemins de randonnées correctement aménagés et entretenus, représentant un atout indéniable en termes de loisirs de proximité☑ Des manifestations sportives de renommée (courses pédestres et automobiles,...)☑ Un projet de Pôle Cheval porté par la CC Save et Garonne	<ul style="list-style-type: none">☑ Un besoin de structurer et de connecter les divers sentiers de randonnées à l'échelle du Pays

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les poids économique du tourisme :

- 4 680 lits : 1800 lits marchands et 2880 lits en résidences secondaires



- 301 000 nuitées

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les poids économique du tourisme

	CC Cadours	CC Save & Garonne	CC Val Aigo	Fronton (terr OT en 31)	Coteaux du Girou + St Marcel et St Jean L'herm	TOTAL
Hôtels						
Nb	1	2	3	2	1	9
Capacité acc	8	60	64	202	12	346
Ch hôtes						
Nb maison hôtes	5	15	4	6	6	36
Capacité acc	34	48	29	55	50	216
Locations						
Nb		18	17	20	15	70
Capacité acc		82	81	90	80	333
Campings						
Nb	1	1				2
Capacité acc	201	91				292
Résidence T						
Nb		1		1		1
Capacité acc		504		35		539
Heb coll / autres						
Nb	3			2	1	6
Capacité acc	60			6	8	74
Total marchand	303	785	174	388	150	1800
Résidence sec						
Nb	73	165	118	125	95	576
Capacité acc	365	825	590	625	475	2880
TOTAL	668	1610	764	1013	625	4680

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les poids économique du tourisme

	Capacité	TO %	Jours ouv	Nuitées	Dépenses jour/pers	Estimation
Hôtels	346	40	340	47 056	70	3 293 920
Ch hôtes	216	30	340	22 032	65	1 432 080
Locations	333	35	340	39 627	37	1 466 199
Campings	292	31	150	13 578	20	271 560
Résidence T	539	40	340	73 304	45	3 298 680
Heb coll / autres	74	30	340	7 548	30	226 440
Total marchand	1800			197 297		9 988 879
Résidence sec	2880	12	300	103 680	15	1 555 200
TOTAL	4680			300 997		11 544 079

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les poids économique du tourisme

Sites de visite	Nombre total de visiteurs 2011	Manifestations à dominante touristique	Nombre total de visiteurs 2011
Moulin de Brignemont	2000	31 notes d'Eté	2000
Musée de Cox	1324	Saveurs et Senteurs	25000
Ch Laréole	20000	Fête de l'Ail	4000
Abbaye Bellegarde	6136	Festi Boutchou	7000
Expo patri	5000	Wassan Africa	3000
Château Bonrepos	6842		
Citadelle Verfeil	300		
Musée et Galerie Verfeil	1186		
Château Villaudric	500		
Maison Vins et Tourisme - Fronton	2500		
Bienvenue à la Ferme en Pays Tolosan	5000		
Maison Histoire - Larra	160		
Halle et Art - Grenade	1000		
Animaparc	75000		
Labyrinthe - Merville	38390		
Couv Ursulines	252		
Château de Larra	950		
Château St-Geniez			
Natura Game - Castelnaud			
Musée archéologique - Villarès			
<i>Total sites</i>	166 540	<i>Total manifestations</i>	41 000

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- **Les poids économique du tourisme :**

- 166 000 entrées dans les sites de visites (patrimoine et loisirs)
- 240 emplois salariés concernant 164 établissements
- **14 000 000 euros** de dépenses directes liées à la fréquentation touristique

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- **Éléments de comparaison : le Tarn et Garonne voisin**

	Pays Tolosan	Dép. de Tarn et Garonne
Lits marchands	1 800 (38%)	14 824 (36%)
Lits non marchands	2 880 (62 %)	27 928 (64%)
Total lits	4 680	42 752
Nuitées	301 000	4 000 000
Estimation dépenses	14 000 000 €	Séjour : 19 à 50 € / jour / personne Excursion : 21 € /personne

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les structures

Nom	Statut	Date création	Class	Statut territorial	Nb visites 2010	Nb visites internet	Produits 2011			Taxe de séjour	Nombres d'emplois ETP (hors vacataires CG)
							Fonds publics	Auto et autres	Total		
SI de Bonnepos-Riquet	Ass 1901	2010	SI	Communal	10 000 château		salaires	24000	24 000	non	0,5
SI du pays de Cadours	As 1901	2000	SI	Communautaire	1 576		13000	loyer et salaire pris en charge par CC	13 000	non	0,5
OT de Fronton	Ass 1901	2010		Interco : 20 communes	1 600		30 000	30 000	60 000	non	0,6
OT de Save et Garonne	Ass 1901	2005 (suite à OT Grenade)	**	Communautaire	5 695	34 900	130 553 *	2 147	132 700	oui	3
OT de Verfeil	Ass 1901	1990	*	Interco	3 967	12 174	47 000	23 000	70 000	non	1,2
OT Villemur	Régie / SPA	2004	*	Communautaire	2 760		90 000		90 000	non	1,6
TOTAL					25 598		310 553	79 147	389 700		7,4
*	hors budget actions CCSG										

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les missions spécifiques

	Organisation de manifestations	Gestion d'équipements	Responsabilité de services extra touristiques	Vente de produits touristiques	Portage de projet d'équipement	Autres prestations
SI de Bonrepos-Riquet	Château / Patrimoine	Château et parc			Château	
SI du pays de Cadours	Ronde des Peintres. Concours Ail Manifestations culturelles	Bibliothèque	Bibliothèque		Sentiers de randonnée	
OT de Fronton	Expositions, événements à la Maison Vins et Tourisme	Espace affaires		Location espaces et vente de services		Dégustations Qualification de guide
OT de Save et Garonne	Foire aux livres, Jardins, Visites thématiques, Expositions, Manifestations culturelles	Espace exposition Halle et Art		Autorisation commercial. Gamme de produits individuels et groupes	Sentiers de randonnée	Visites guidées, avec guide qualifiée
OT de Verfeil	Expositions, concerts, salon du livre, marchés	Galerie d'art, boutique Salle d'exposition			Musée, Sentiers de randonnée	
OT Villemur	Marché de Noël Animations				Sentiers de randonnée	Visites Villemur

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les supports de communication

Nom OT /service tourisme	Document générique	Guide de visite thématique	Guide pratique (tous services et prestations)	Guide héb. rest.	Programme animation, culture	Carte	Doc équip., sites, patrim	Produits	Doc rando	Site internet
SI de Bonrepos Riquet						cf doc générique	Château			bonrepositiquet.fr
SI du Pays de Cadours			Projet	cf doc générique						cadours.com
OT de Fronton	flyer (doc en projet)	vignoble	ville de Fronton		ville de Fronton	vignoble				vins-de-fronton.com
OT de Save et Garonne		Bastide Grenade		cf guide pratique			Guide pigeonniers			tourismegrenade.fr
OT de Verfeil		Eglises					Les petites filles modèle. St Marcel Paulel			tourismeverfeil.free.fr
OT de Val Aïgo		Pochette monuments Villemur	Guide touristique Val Aïgo						Carte sentiers	ot-villemur.fr
Pays Tolosan		Balade gourmande			Agenda culturel	Carte touristique				paystolosan.eu

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les compétences spécifiques dans les OTSI et au Pays – pour le volet tourisme (1)

Domaines de compétences des salariées	Bonrepos-Riquet	Pays de Cadours	Fronton	Save et Garonne	Val Aïgo	Verfeil	Pays Tolosan
Offre							
Montage de produits touristiques							
Création d'itinéraires de randonnée							
Histoire de l'art							
Oenotourisme							
Organisation de séminaires							
Organisation de manifestations							
Guide conférencier diplômé							
Conseil technique aux porteurs de projets publics et privés							
Promotion / communication							
Maîtrise de langues étrangères							
Anglais							
Allemand							
Espagnol							
Réalisation de brochures / mise en page / PAO							
Rédaction de textes de communication							

2 - Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

- Les compétences spécifiques dans les OTSI, et au Pays – pour le volet tourisme (2)

Domaines de compétences des salariées	Bonrepos-Riquet	Pays de Cadours	Fronton	Save et Garonne	Val Aigo	Verfeil	Pays Tolosan
Administration de site internet							
Mise à jour de site internet							
Animation de réseaux sociaux sur internet							
Relation presse							
Mise en marché / commercialisation							
Vente de produits touristiques							
Connaissance des réseaux de distribution touristique							
Vente en boutique							
Gestion / comptabilité / administration							
Comptabilité publique							
Comptabilité privée							
Gestion d'une boutique							
Montage de dossier de subvention							

2 – Le tourisme en Pays Tolosan : réalités et potentialités

Des atouts, mais :

- Pas d'image et de notoriété touristique
- Pas d'homogénéité dans l'organisation touristique actuelle :
 - des liens très différents entre les OT et les collectivités
 - des structures de taille et de nature différentes
 - des espaces d'accueil à la fréquentation et à la fonctionnalité différentes
 - pas toujours d'adéquation entre les compétences des collectivités et la zone d'intervention des OTSI
 - pas de stratégie commune
 - une certaine précarité des structures et des emplois
- Pas de communication homogène et peu de lisibilité de ces communications

3 – La stratégie proposée

● Les grands enjeux pour demain :

- Développer et valoriser une offre de tourisme et de loisirs en direction des clientèles de proximité, en particulier du bassin toulousain, dans un contexte très concurrentiel
- Renforcer les retombées économiques du tourisme sur le territoire
 - les dépenses
 - les emplois
- Professionnaliser les offices de tourisme et leur faire prendre le virage du nouveau classement
- Optimiser et mutualiser les moyens humains et financiers présents sur le territoire

3 – La stratégie proposée

- **Les principes de base :**

- apporter une réelle valeur ajoutée aux actions des OTSI et du CDT
- Respecter le principe de subsidiarité : le Pays ne doit intervenir que lorsqu'il constitue l'échelon le plus pertinent pour le faire, par rapport aux échelons locaux et départementaux

- **Quatre domaines de valeur ajoutée identifiés :**

- L'affichage d'un **positionnement touristique** pour le territoire
- La **structuration de l'offre touristique** du territoire dans le cadre de ce positionnement
- La **promotion de cette offre touristique** spécifique
- **L'organisation des acteurs du tourisme** du territoire

4 – La mise en oeuvre de la stratégie

- **Le positionnement touristique du Pays Tolosan**
- Le Pays Tolosan = la « campagne toulousaine », soit un espace vivant et diversifié, très marqué, dans son identité, par la proximité géographique, patrimoniale, culturelle et historique avec Toulouse
- Ce positionnement est étayé par des thèmes forts :
 - l’AOC du frontonnais et de l’ail de Cadours
 - les châteaux des grandes familles toulousaines + les petites filles modèles de la Comtesse de Ségur
 - Riquet et le canal
 - des lieux chargés d’une histoire partagée avec Toulouse
- Des clientèles ciblées :
 - les visiteurs de proximité, notamment de l’agglomération toulousaine celui-ci se portera vers **la famille et les enfants**
 - **les clientèles françaises et internationales attirées par un tourisme rural aux portes d’une capitale régionale**

4 – La mise en oeuvre de la stratégie

- **La structuration de l'offre touristique du Pays Tolosan**
- Une offre de randonnée sous toutes ses formes, pour tous les publics
 - Un outil de valorisation des randonnées (carte, support NTIC)
- Une offre de découverte culturelles et de loisirs destinée à la famille et aux personnes en situation de handicap :
 - la randonnée pédestre et cycliste
 - la découverte des châteaux
 - les parcs et jardins (dont le Labyrinthe)
 - les sites ludiques (Animaparc, Natura Game)
 - les fermes de découverte
 - le vignoble
 - l'événementiel (dont Festi Boutchou)
 - la restauration
- Une offre oenotouristique
- La création d'un événement, autour de la randonnée pédestres, équestre, cyclo, déployé sur l'ensemble du territoire du Pays Tolosan, en s'appuyant sur l'existant

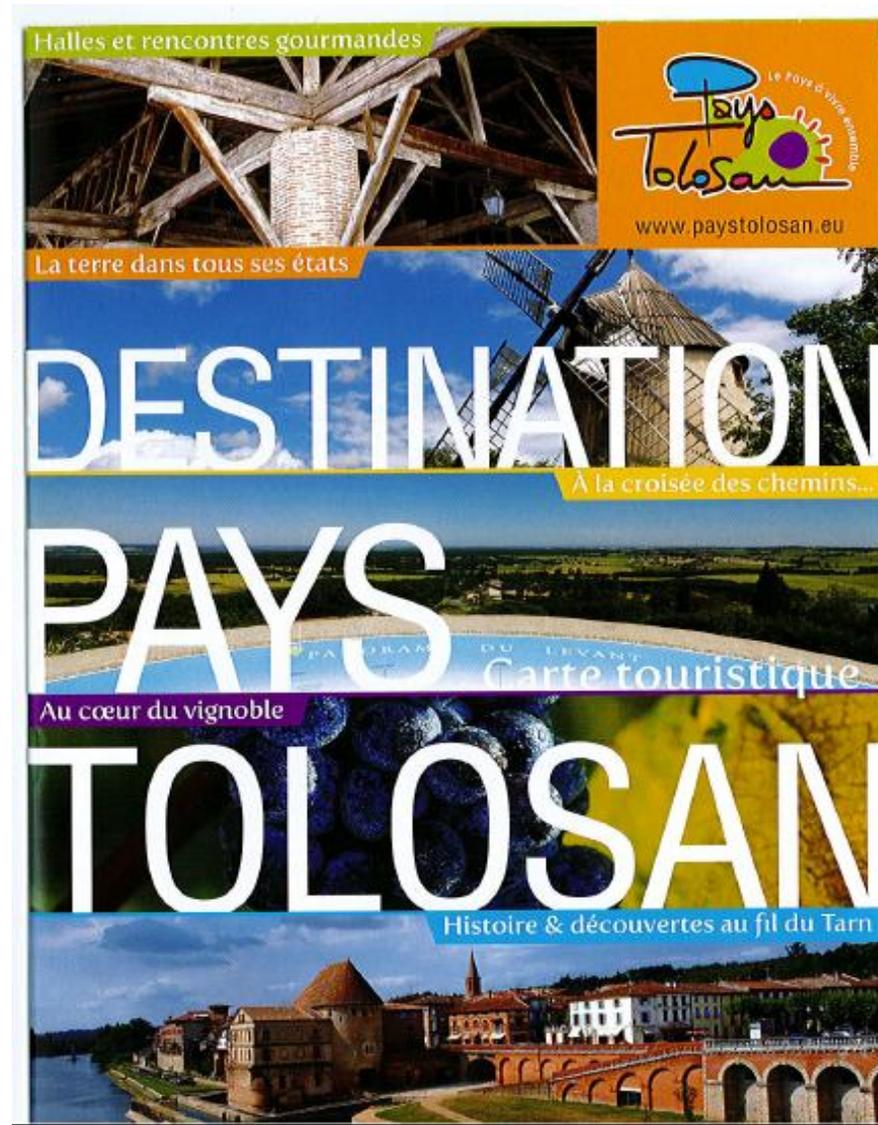
4 – La mise en oeuvre de la stratégie

- **La promotion de l'offre touristique du Pays Tolosan**
- Une promotion de l'offre, et non de la destination en tant que telle : **des offres « tolosanes »** :
 - topo guides des randonnées familiales en Pays Tolosan
 - brochures d'idées de week-end en famille en Pays Tolosan
 - promotion d'événementiels thématiques
 - promotion des offres d'excursions autour des loisirs, de la culture, de la détente

4 – La mise en oeuvre de la stratégie

- **La définition d'une organisation territoriale**
- **L'appui à la professionnalisation des offices de tourisme**
 - la mise en oeuvre d'un réseau d'offices de tourisme classés selon les nouvelles normes, avec engagement de la démarche qualité des OTSI
 - Engagement de la réflexion la compétence touristiques des collectivités et sur le regroupement des structures
 - la constitution d'un réseau de salariés des OTSI, avec identification des compétences
 - la mise en oeuvre de formations communes
 - l'inclusion, dans la politique d'accueil et d'information, du château de Laréole et du Château de Bonrepos-Riquet
 - la recherche de mutualisation de moyens techniques et humains, chaque fois que cela paraît pertinent, entre OTSI et avec les partenaires des OTSI
 - l'édition de supports d'information et de communication à l'échelle du Pays Tolosan
- **Le positionnement du Pays en appui et en coordination**

5 – Les premières actions communes



6 – Les OTSI : quel rôle dans le tourisme de demain

Les enjeux du nouveau classement des offices de tourisme

Pierre VERDIER

**Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats
d'Initiative**