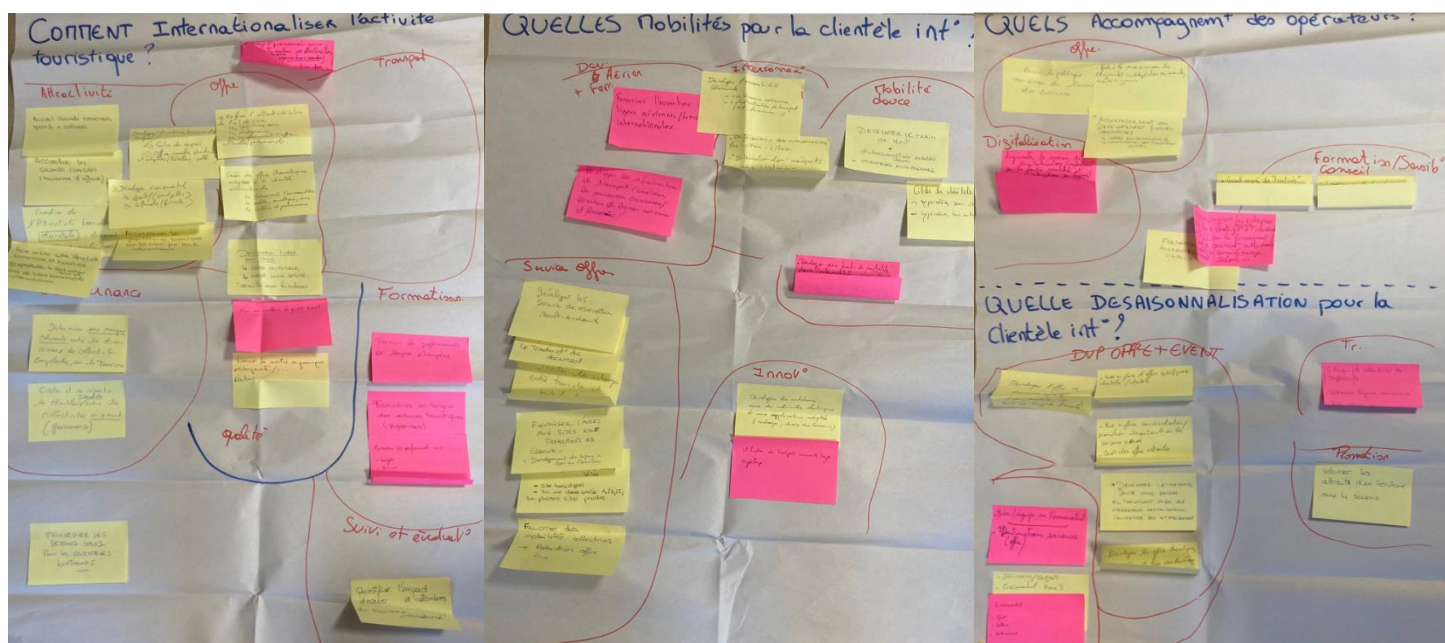


SREC OCCITANIE COMPTE-RENDU D'ATELIER

Intitulé de l'atelier	Tourisme
Lieu et date	Montpellier, le 22 mars 2022 après-midi
Animateur(s) Région	Magali Ferrand Philippe Berto
Animateur(s) Consultant(s)	Jérôme Paperou Coraline Bourel
Liste des participants	



PARTIE 1 : OBJECTIFS PROPOSES ET PRIORISATION

Atelier spécifique : Comment internationaliser l'activité touristique des métropoles et agglomérations d'Occitanie ?

Organisation de l'atelier autour de plusieurs séquences :

- 1 – Comment internationaliser l'activité touristiques des métropoles et agglomérations d'Occitanie ?
- 2 - Quelles mobilités pour la clientèle internationale (accès et déplacements internes à la région) ?
- 3 - Quels accompagnements des opérateurs ?
- 4 - Quelle désaisonnalisation pour la clientèle internationale ?
- 5 - Quelle vision pour le tourisme de demain ?

Débat autour de la question de **l'internationalisation** : est-ce que cette priorité régionale est cohérente avec les enjeux de développement durable (émissions de GES des transports aériens, ...) ? :

Plusieurs réponses ont été apportées :

- L'internationalisation ne se résume pas au transport aérien. L'internationalisation peut concerner les clientèles étrangères voisines (pays européens) et le transport peut être ferroviaire
- Le développement du tourisme international est propice à la rencontre de « l'autre », l'ouverture sur le monde et contre le repli sur soi
- L'internationalisation est cohérente avec la Pacte Vert pour l'Occitanie. La question est plutôt de réfléchir à quel type de tourisme international souhaitons nous en Occitanie ?

PARTIE 2 : PROPOSITIONS D' ACTIONS

Les pistes d'actions permettant l'internationalisation du tourisme en Occitanie portent sur :

- Le renforcement du tourisme d'affaires et du tourisme évènementiel avec notamment une diversification de l'offre, le renforcement de la qualité des équipements et de l'accueil, adapté aux différentes clientèles accueillies
- Le développement de l'attractivité économique de la région qui impactera en écho le tourisme
- La coordination et le partenariat entre les différents opérateurs
- Le développement des transports et des mobilités favorisant les mobilités douces, l'intermodalité par des équipements et aménagements et par des produits combinant les différents modes de transport
- Le développement de connexions internationales
- Le développement du tourisme d'agrément s'appuyant sur la diversité des offres touristiques et des territoires et une offre accessible tout au long de l'année
- La mise en œuvre d'actions marketing à l'international sur les ailes de saison

Séquence 1

Comment internationaliser l'activité touristiques des métropoles et agglomérations d'Occitanie ?

Liste des actions proposées :

Attractivité :

- Accompagner les prestataires touristiques sur les salons professionnels B to B internationaux
- Développer l'évènementiel sportif (grand public) et culturel (festivals, ...)
- Développer, structurer le tourisme d'affaires (centre de congrès, offres rurales structurées et adaptées : hôtellerie, salle...)
- Faire un lien entre l'attractivité économique et touristique. Exemple : représenter la destination touristique lors de salons économiques internationaux
- Promotion de l'attractivité touristique durable : découverte de la diversité touristique
- Accueillir les grands congrès (tourisme d'affaires)

Offre touristique :

- Renforcer l'attractivité autour de l'art de vivre : structures œnologiques, gastronomie, ...
- Construire et promouvoir une offre forte autour des destinations « saveur »

Gouvernance :

- Déterminer une marque cohérente entre les divers niveaux de collectivités sur le tourisme
- Cibler et répartir les clientèles internationales entre les collectivités en amont

Qualité de l'offre

- Favoriser la montée en gamme au niveau des hébergements, ... Du tourisme en général.
- Viser une excellence de qualité d'accueil

Formation :

- Former les professionnels en langues étrangères

Suivi et évaluation :

- Quantifier l'impact et mesurer l'impact du tourisme international

Séquence 2

Quelles mobilités pour la clientèle internationale (accès et déplacements internes à la région) ?

Aérien et ferroviaire :

- Favoriser l'ouverture des lignes aériennes / ferroviaires internationales
- Développer les infrastructures de transport (améliorer les connexions aériennes / ouverture des lignes aériennes et ferroviaires)

Interconnexion :

- Développer l'accessibilité territoriale : liaisons aériennes, infrastructures de transport (TCSP, ferroviaire, ...)
- Renforcement des interconnexions : bus – train – avion
- « Internationaliser » les aéroports régionaux / nationaux

Mobilité douce :

- Développer des hubs de mobilité douce / intermodalité sur les portes d'entrée aux aéroports et lignes ferroviaires
- Cibler des clientèles « vertes » : expériences sans voiture (vélo), expériences bas carbone (marketing)
- Développer le train de nuit. Interconnexion entre les mobilités douces.

Services, offres :

- Favoriser des mobilités collectives
- Favoriser l'accès aux sites de transports en commun
- Un billet qui regroupe : le transport (TER, tram, vélos), sites touristiques : sur une durée limitée (1,3,5 jours) sur plusieurs villes proches
- Valoriser des packaging offres « mobilités actives » une fois sur place
- Développer les services de réservation multimodaux

Innovation :

- Développer l'usage des autoroutes par des véhicules électriques et une application adaptée (bornes de recharge, ...)
- Utilisation des transports innovants. Exemple : Hyperloop

Séquence 3

Quels accompagnements des opérateurs ?

Offre :

- Accompagnement au développement d'offres vertueuses : écoresponsables, valorisation des productions locales
- Mise à niveau des hébergements : adaptation au marché, montée en gamme
- Revoir la politique au niveau de l'accueil des croisières

Digitalisation :

- Développer les outils numériques ludiques pour l'accueil des touristes étrangers selon leurs codes, coutumes, etc.
- Augmenter le niveau de digitalisation (notamment la visibilité et la commercialisation en ligne) par la sensibilisation et la formation généralisée à tous les acteurs...

Formation, sensibilisation, conseil :

- Accompagner les entreprises dans leur stratégie structurante à l'international sur le long terme : financement d'études de positionnement, outils numériques, formation et recrutement des Community manager, ...
- Formations pour augmenter la visibilité numérique des acteurs
- Programme de formation adaptés : langues, connaissances clients, ...
- Conseil auprès des « territoires » : investisseurs, offre touristique (équipements, hébergements...)

Séquence 4

Quelle désaisonnalisation pour la clientèle internationale ?

Offre et évènements :

- Développer l'offre de tourisme sportif (ski, escalade, vtt...) tout au long de l'année
- Mise en place de commercialisation et promotion internationale sur les saisons « creuses »
- Développer l'itinérance douce hors saison en travaillant avec les hébergeurs et restaurateurs
- Développer les offres thématiques, expériences de type : œnotourisme, loisirs nature, culture/ville
- Mettre en place des séminaires, congrès : événementiel hors saison
- Miser, s'appuyer sur l'événementiel

Transport :

- Elargir le calendrier : certaines lignes aériennes sont très « saisonnières »

Promotion :

- Valoriser les attraits d'un territoire aux 4 saisons

Séquence 5

Quelle vision pour le tourisme de demain ?

- Nécessité de prendre en compte des objectifs quantitatifs mais aussi qualitatifs (indicateurs bien-être)
- Un tourisme respectueux de l'environnement et des habitants avec de l'innovation dans les concepts
- Un tourisme rural dans l'Hérault
- Un tourisme de sens, de valeur qu'il faut travailler sur les offres
- Aller vers le slow tourisme
- Anticipation et adaptation : valoriser le tourisme 4 saisons