



Comité Régional du Tourisme

## Commission Urbain / Affaires

Compte-rendu du 12 avril 2019 – ADT Aude à Carcassonne

---

### Listes des présents :

Jean Luc COUSQUER – Montpellier Métropole  
Marc DONCIEUX – Europa Group  
Jacqueline MATHA – OT Albi  
Gilles CLEMENTE – OT Carcassonne  
Fabienne SINNING – ADT Tarn et Garonne  
Virginie SIRE – OT Narbonne  
Myriam MICHEL – Région Occitanie  
Alain Coste – ADT Aude  
Jehan DE WOILLEMONT – Château de Marmorières  
Emmanuelle GENDRE – ADT Pyrénées-Orientales  
Jean François RENAC – Miharu  
Nathalie JARRAUD – OT Lourdes  
Inès TREY –  
OT Lourdes  
Marie-Claire BAILLS – OT Perpignan  
Véronique LOPEZ – Palais des Congrès Perpignan  
Hubert DELAMARE – CCI Tarn  
Clémence LONG – Convention Bureau Toulouse  
Christophe BOUGUEMARI – CRT Occitanie  
Solenne ODON – CRT Occitanie  
Véronique MERCADIER – CRT Occitanie

[tourisme-occitanie.com](http://tourisme-occitanie.com)

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)  
CAPDEVILLE - LE MILLÉNAIRE 2 - 417, RUE SAMUEL MORSE - CS 79507 - 34960 MONTPELLIER CEDEX 2  
TÉL. : +33 (0)4 67 22 98 09 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR - WEB : CRTLR.FR

SITE DE TOULOUSE  
15 RUE RIVALS - CS 78543 - 31685 TOULOUSE CEDEX 6  
TÉL. : +33 (0)5 61 13 55 55 - FAX : +33 (0)5 61 47 17 16 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR



Offices de  
Tourisme  
de France  
PÔLE RÉGIONAL  
OCCITANIE



Comité Régional du Tourisme

Propos introductifs des co-pilotes de la commission Urbain/Affaires Monsieur Jean Luc COUSQUER (Président OT Montpellier Agglo) et Marc DONCIEUX (Président Europa Organisation),

Rappels de Christophe BOUGUEMARI,

L'objectif de la commission est d'analyser les attentes et les priorités en matière de tourisme urbain et tourisme d'affaires qui serviront à la proposition de projets d'actions collectives lors de la conférence permanente du tourisme le 7 juin prochain à Mauguio (Hérault),

La conférence permanente du tourisme est un temps fort annuel du Comité Régional du Tourisme pour les acteurs publics et privés qui agissent pour le développement du tourisme en Occitanie.

## 1- TOURISME URBAIN D'AGREMENT

### A • les enjeux stratégiques

- Positionner les villes de Perpignan, Nîmes, Rodez, Cahors, Albi, Auch, Montauban, Mende, Béziers, Narbonne, etc... dans un maillage de destinations de tourisme en ville (art de vivre, expériences authentiques...)
- Valoriser Toulouse et Montpellier comme destinations de city break - capitales à taille humaine, au cœur de leurs territoires touristiques, mais *attention, Perpignan est une grande ville - + 100 000 habitants - et propose des city-breaks thématiques / Nîmes est une grande ville et fait partie du Cluster Tourisme en ville.*
- Se différencier
  - o Par un positionnement thématique propre à chaque destination
  - o par la complémentarité des activités : dans la ville (shopping, culture, gastronomie, tourisme, nocturne...) et aux alentours (vignobles, littoral, Grands Sites d'Occitanie) pour augmenter la durée des séjours,
- Favoriser la «trans fidélisation» : faire revenir le visiteur dans un autre contexte (affaires à agrément),
- Accompagner le développement des connexions directes (aérien, train), et favoriser les liaisons entre les villes d'Occitanie.
- Axer la communication :
  - o Autour des émotions, des expériences et de l'événementiel
  - o Sur l'outil digital, les relations presse et influenceurs.

### • constats

- Richesse du patrimoine culturel (aéronautique à Toulouse, contemporain à Montpellier...), sites UNESCO (Carcassonne, Albi...), grands événements, autant de facteurs d'attractivité,
- Palette d'offre variée autour des villes (Grands Sites, vignobles, Méditerranée),
- City-pass pour les 2 métropoles (24, 48, 72h),
- Nombreuses liaisons aériennes directes depuis les grandes agglomérations françaises et les capitales européennes,

[tourisme-occitanie.com](http://tourisme-occitanie.com)

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)  
CAPDEVILLE - LE MILLÉNAIRE 2 - 417, RUE SAMUEL MORSE - CS 79507 - 34960 MONTPELLIER CEDEX 2  
TÉL. : +33 (0)4 67 22 98 09 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR - WEB : CRTLR.FR

SITE DE TOULOUSE  
15 RUE RIVALS - CS 78543 - 31685 TOULOUSE CEDEX 6  
TÉL. : +33 (0)5 61 13 55 55 - FAX : +33 (0)5 61 47 17 16 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR





Comité Régional du Tourisme

- Réseau d'acteurs constitué autour des OT et bureaux de congrès, club d'entreprises,
- Villes moyennes déjà rassemblées dans le réseau des Grands Sites,
- Ouverture de nouveaux sites : MEETT, Piste des Géants, MoCo, Arbre blanc, Musée de la Romanité, ...

#### • nos faiblesses

- Offre événementielle des villes moyennes concentrée sur les mois d'été,
- Faiblesse de l'information sur les moyens d'accès à l'offre de découverte autour des villes,

#### • propositions d'actions

- Définir le positionnement commun au réseau des villes moyennes et identifier leur singularité,
- Engager des actions de communication valorisant les destinations urbaines pour l'agrément et pour le tourisme d'affaires,
- Parler **de tourisme en ville pour la commission**, qui soulignera la mise en valeur les grandes villes et des villes moyennes

#### B - Cibles de clientèles validées :

- Clientèle française et clientèle international des marchés GB, Allemagne, Espagne, Belgique :
  - o Couples sans enfants 24-45 ans, CSP+
  - o Jeunes seniors
- Repeaters en provenance des marchés long-courriers

#### C - Objectifs validés :

- Développer les city-breaks à Toulouse et Montpellier toute l'année,
- Développer les longs séjours (à partir de 4 nuits) dans les 2 métropoles et les villes moyennes en proposant des séjours thématiques,
- Sur les marchés long-courriers : Intégrer 1 ou 2 nuitées supplémentaires dans les villes d'Occitanie dans les programmations des TO qui réalisent des circuits sur la France,

**Étape suivante : réécrire la partie axes stratégiques et clientèles cibles qui sera validée lors de la prochaine commission.**

#### D - Autres challenges / enjeux du tourisme d'agrément en ville :

##### **Accessibilité :**

#### • constats / questions

- Quelle position adopter par rapport aux aéroports et compagnies aériennes ? Comment travailler en synergie avec les liaisons aériennes directes ?
- Enjeu de la mobilité sur le territoire régional : nécessité d'irriguer les villes d'Occitanie via les transports publics

**tourisme-occitanie.com**

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)  
CAPDEVILLE - LE MILLÉNAIRE 2 - 417, RUE SAMUEL MORSE - CS 79507 - 34960 MONTPELLIER CEDEX 2  
TÉL. : +33 (0)4 67 22 98 09 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR - WEB : CRTLR.FR

SITE DE TOULOUSE  
15 RUE RIVALS - CS 78543 - 31685 TOULOUSE CEDEX 6  
TÉL. : +33 (0)5 61 13 55 55 - FAX : +33 (0)5 61 47 17 16 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR





Comité Régional du Tourisme

• **propositions de mise en œuvre**

- Bâtir une stratégie de communication partagée concernant les liaisons aériennes directes,
- S'appuyer sur le développement des lignes aériennes directes,

**Observation / données chiffrées :**

• **constats**

- Peu d'indicateurs d'observation uniformes à l'échelle régionale sur la fréquentation des villes,
- Comment obtenir des outils communs et partagés sur les données suivantes :
  - Fréquentation de l'hôtellerie : périodes, part agrément / affaires,
  - Fréquentation des musées, des sites touristiques, avec analyse de la clientèle, période de fréquentation (semaine / WE) sur les 13 départements
  - Aéroports : connaissance des clientèles, motifs de séjour... : cf études menées par le cabinet Bipe

• **propositions de mise en œuvre**

- Rassembler au niveau régional ces études existantes au sein d'une base de données collectives
- Mettre à disposition des outils de données chiffrées homogènes au niveau régional Ex : Cabinet Bipe, Flux Vision Tourisme...

**Formation - besoins exprimés :**

• **constat**

- Besoins de formation en langues étrangères et plus largement concernant l'accueil des clientèles (applicable à l'ensemble des acteurs en contact avec les touristes : taxis, commerçants...)

• **proposition**

- Décliner « IHospitality » au niveau régional, auprès des OT et des acteurs, avec une spécificité sur l'occitanité : L'objectif est de proposer :
  - une charte de qualité
  - une boîte à outils
  - des ateliers de formation / sensibilisation...

**Focus sur Perpignan :**

- Mise en place de produits city breaks thématiques : ville + territoire rural aux alentours : littoral, arrière-pays et activités de pleine nature, œnotourisme font la singularité de Perpignan (rappel : ville Européenne du vin)

[tourisme-occitanie.com](http://tourisme-occitanie.com)



Comité Régional du Tourisme

- Complémentarité avec Narbonne (et actions communes menées avec la Renfe)

## **2- TOURISME D’AFFAIRES**

### **Trois segments de marché différents :**

- 1- Congrès : normés, même si le marché évolue. Peu d’activités extérieures, travail à 100%. Accompagnement par un bureau des congrès en amont,
- 2- MICE : idem, formaté (hébergement + lieu de réunion),
- 3- Team-building, incentive, corporate : moins structuré, moins urbain (peuvent rechercher de plus petites villes à, la campagne, le littoral), plus petits groupes.

### **Caractéristiques du marché :**

- Première recherche : idée originale. A noter : De plus en plus de demande de lieux décalés, nécessité d’être créatif dans les propositions  
Puis : transport, hébergement, restauration
- Concurrence du Portugal, Espagne, Italie, pays du Maghreb (offre structurée et prix attractifs)
- Pour les agences événementielles ou corporate : importance de la qualité de la réponse et de la réactivité ; être sécurisé dans les 48h (pression de la part du client, qui fait une demande de dernière minute, recherche le produit exceptionnel et à prix abordable).

### **• propositions**

#### **Au niveau régional : communiquer sur l’image de la région et l’exhaustivité de l’offre**

- L’offre est maintenant bien structurée mais le marché est très volatile selon les prix => il faut avoir une communication très forte sur l’offre  
Lors des grands événements : au niveau régional il conviendra de pousser la destination Occitanie, faire face à la concurrence de PACA, Nouvelle-Aquitaine
- Favoriser la communication digitale (réseaux sociaux, vidéos et blogs),
- Mettre en avant les valeurs de l’Occitalité.

#### **Axes stratégiques validés par les participants qui soulèvent par ailleurs 2 points supplémentaires (cf. support de présentation)**

- Intégrer d’avantage d’acteurs privés (agences, transporteurs, etc...) dans la commission

**tourisme-occitanie.com**

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)  
CAPDEVILLE - LE MILLÉNAIRE 2 - 417, RUE SAMUEL MORSE - CS 79507 - 34960 MONTPELLIER CEDEX 2  
TÉL. : +33 (0)4 67 22 98 09 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR - WEB : CRTLR.FR

SITE DE TOULOUSE  
15 RUE RIVALS - CS 78543 - 31685 TOULOUSE CEDEX 6  
TÉL. : +33 (0)5 61 13 55 55 - FAX : +33 (0)5 61 47 17 16 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR





Comité Régional du Tourisme

- Cohérence et mutualisation nécessaire entre les niveaux régional, départemental et local
  - a. Manque de temps des acteurs pour participer à toutes les réunions
  - b. Difficulté pour les acteurs privés de s'acquitter de 2 voire 3 cotisations

**Il faut donc pour la prochaine commission réécrire les axes stratégiques et les clientèles qui seront validées lors de cette séance.**

#### **Le Club Business :**

Dynamique engagée avec 130 entreprises (Centres de congrès, hôtels et résidences hôtelières 3 à 5\*, lieux de réception, prestataires incentive et événementiel : activités, traiteurs, transporteurs, agences réceptives) autour des axes suivants :

- Fédérer les acteurs et communiquer l'offre vitrine MICE de la destination à travers un programme d'actions spécifique (actions de communication, workshops et salons BtoB, soirées de networking et speed meetings, organisation d'opérations dédiées)
- Augmenter le nombre de séminaires et événements d'entreprises dans notre région.

Le marché évoluant très vite, il faut être en capacité d'être très réactif.

Évocation d'une éventuelle segmentation : créer une cellule spéciale Congrès à l'intérieur du Club.

**Focus sur l'Aude :** 30 opérateurs fédérés avec un accompagnement de la CCI de l'Aude (relais logistique) et l'ADT de l'Aude (communication, marketing, financement).

#### **Calendrier :**

- Prochaine commission à Toulouse : date à définir
- Proposition pour lundi 2 septembre : **Septembre à Perpignan** pendant le festival VISA POUR L'IMAGE le grand rendez-vous d'affaires de Perpignan.

Proposition d'une réunion/ séminaire sur la journée le lundi (programme à finaliser), soirée de projections sous les étoiles au Campo Santo, nuit à l'hôtel à Perpignan.

L'ensemble des membres de la commission sont invités à participer à cette rencontre. Un programme détaillé sera communiqué ultérieurement. A faire valider par la commission.

Il est précisé l'importance d'avoir des acteurs privés dans les commissions. Un appel est fait aux membres de la commission pour intégrer davantage d'entreprises privées.

[tourisme-occitanie.com](http://tourisme-occitanie.com)

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)  
CAPDEVILLE - LE MILLÉNAIRE 2 - 417, RUE SAMUEL MORSE - CS 79507 - 34960 MONTPELLIER CEDEX 2  
TÉL. : +33 (0)4 67 22 98 09 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR - WEB : CRTLR.FR

SITE DE TOULOUSE  
15 RUE RIVALS - CS 78543 - 31685 TOULOUSE CEDEX 6  
TÉL. : +33 (0)5 61 13 55 55 - FAX : +33 (0)5 61 47 17 16 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR



Offices de  
Tourisme  
de France  
PÔLE RÉGIONAL  
OCCITANIE