



CONVERGENCES TOURISTIQUES 2022

Anticiper pour ne pas subir



#CONVERGENCES2022

Destination
Occitanie
Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

Sommaire

LE PROGRAMME DES CONVERGENCES 2022

P. 4 À 9

L'ACTION DU CRTL EN QUELQUES CHIFFRES

P. 10 À 11

ZOOM SUR LE POIDS ECONOMIQUE DU TOURISME EN OCCITANIE ET SES 10 ATOUTS

P. 12 À 13

LE BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE DE JUIN À SEPTEMBRE 2021

P. 14 À 23

LE CRTL AU PLUS PRES DES ENTREPRISES PROFESSIONNELLES

P. 24 À 29

LE VOYAGE COMME NOUVEAU POSITIONNEMENT DE COMMUNICATION DU CRTL

P. 30 À 33

LA REGION AUX COTES DES ACTEURS DU TOURISME

P. 34 À 35

Retrouvez toutes les
infos sur l'événement
en scannant ce qr-code
avec votre smartphone



#CONVERGENCES2022

Bienvenue !

C'est avec grand plaisir que nous vous accueillons à l'occasion des Convergences organisées cette année à La Grande-Motte. Ce rendez-vous annuel mis en place par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie depuis trois ans, a pour principal objectif d'échanger avec tous les acteurs sur les axes prioritaires de l'action du CRTL dans tous les domaines de ses compétences actuelles et à venir.

Le tourisme vient de subir une des plus graves crises de son histoire, et le rebond constaté cette saison estivale en Occitanie, ne nous exonère pas de réfléchir aux orientations que nous devons partager tous ensemble pour consolider une économie en pleine mutation.

Parler de tourisme de demain n'aurait aucun sens si nous ne prenions pas le temps d'analyser ses enjeux dont la première des priorités sera de réduire son empreinte carbone. En concertation et selon une stratégie claire et partagée, nous accompagnerons les entreprises touristiques dans leur mutation vers un tourisme du XXIème siècle, plus durable, plus innovant et plus solidaire.

Nous avons l'ambition de construire une croissance raisonnée pour le tourisme en Occitanie ; une croissance qui s'inscrit dans une vision de transition, de mutations, de décisions courageuses et porteuses d'un nouveau positionnement qui, parce qu'il est assumé, fera de l'Occitanie une destination résolument engagée.

Ces Convergences 2022 marquent aussi le point de départ d'une nouvelle gouvernance pour le CRTL avec un Conseil d'Administration élargi à de nouveaux acteurs, mais également le lancement d'un temps de concertation important qui va accompagner la préparation du nouveau Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL) porté par la Région Occitanie.

Ensemble anticipons pour préparer l'avenir du tourisme en Occitanie.

Muriel Abadie
Vice-Présidente de la Région Occitanie
en charge du tourisme durable,
des loisirs et du thermalisme

Vincent Garel
Président du Comité Régional
du Tourisme et des Loisirs Occitanie



Programme - Journée des Organismes de Gestion de Destinations (OGD) d'Occitanie

(Événement réservé aux OT, ADT et Parcs)

| Lundi 8 novembre |

08h30 | Ouverture des journées des Organismes de Gestion de Destinations 2021. Emargement, café de bienvenue.

📍 **Petit auditorium**

09h30 - | Mot d'accueil par les représentants régionaux des OT

Pierre Lary, Directeur de l'OT de Balaruc-Les-Bains, Patrice Gault, Directeur de la Maison du Tourisme et du Thermalisme de Barbotan-les-Thermes, Jérôme Arnaud, Directeur de l'OT de La Grande-Motte.

📍 **Petit auditorium**

10h - 11h30 | Restitution des rencontres inter départementales

Animation : Jean-Luc Boulon, consultant en tourisme.

📍 **Petit auditorium**

11h30 - 12h45 | Intervention d'experts : l'attractivité et l'identité territoriale.

Intervenant : Christophe Allaux, directeur de la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial d'Aix-Marseille Université.

📍 **Petit auditorium**

12h45 - 14h00 | Buffet sur place



14h15 - 15h15 | 3 ateliers simultanés de 1 h.

2 témoins et 1 animateur qui s'occupe de la restitution du compte-rendu :

• **ATELIER 1 : l'immobilier de loisirs comme outil de développement territorial**

Intervenant : Jérôme Arnaud, Directeur de l'OT de La Grande Motte.

Témoins : Jérôme Cangrand, Directeur de l'OT de Saint-Lary-Soulan et Sandrine Fabier, Directrice de l'OT Pyrénées-Méditerranée.

📍 **Salle Méditerranée**

• **ATELIER 2 : les partenaires de mon offre : le marketing de services,**

Animation : Jean-Luc Boulon, consultant en tourisme.

Témoins : Lesly Reynaud, Directeur de l'OT Provence Occitanie ; Frédéric Hideux, Directeur de l'OT de Millau Grands Causses.

📍 **Petit auditorium**

• **ATELIER 3 : l'organisation générale de ma structure, la RSE.**

Animation : Camille Lachèze, Directrice de l'OT de la Vallée de la Dordogne.

Témoignage : Lauren Broersen, Chargée de projet Événementiel, OT de Béziers Méditerranée.

📍 **Grand auditorium**

15h30 - 16h30 | 3 ateliers simultanés de 1 h.

Les 3 mêmes que les précédents. Chaque participant peut donc assister à 2 ateliers différents sur les trois

16h30 - 17h00 | Pause-café

17h00 - 17h30 | Demi-heure ADN

Intervenants : Christian Mourisard, Président d'ADN Tourisme ; Christophe Marchais, Directeur-adjoint d'ADN Tourisme.

📍 **Grand auditorium**

17h30 - 17h45 | Restitution flash des ateliers en plénière.

📍 **Grand auditorium**

17h45 - 18h | Présentation de Caroline Leroy, Animatrice réseau des OT, CRTL Occitanie.

📍 **Grand auditorium**

20h | Dîner des OGD

📍 **Restaurant Le Prose à La Grande Motte.**

| Mardi 9 novembre - Matinée |

9h - 10h15 | Atelier Qualité Tourisme pour les OT.

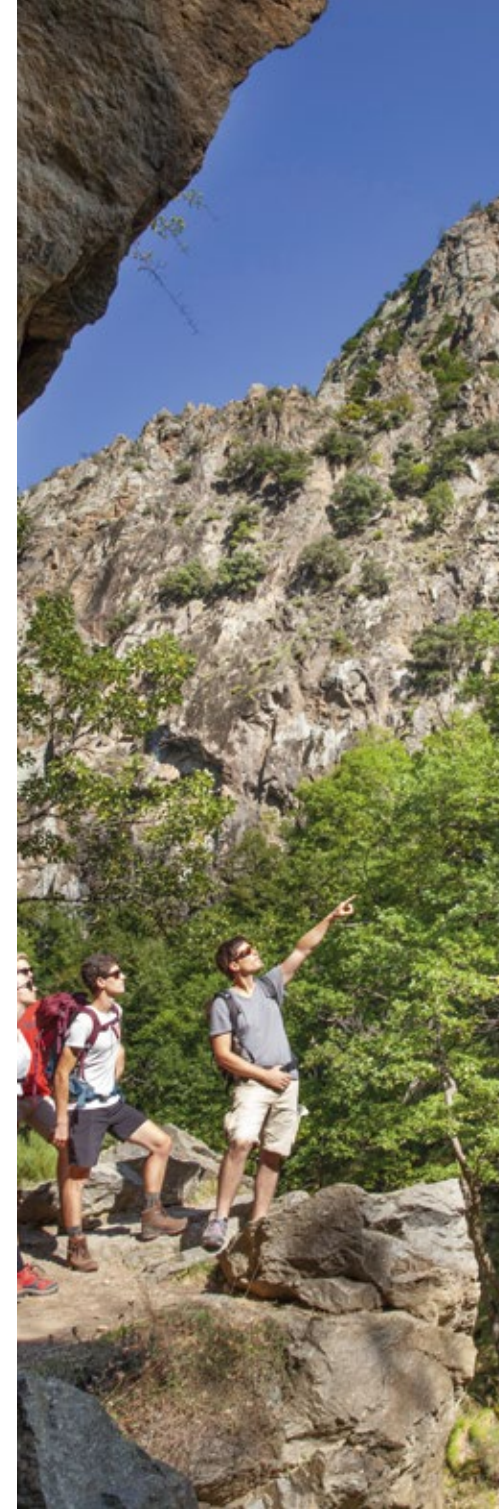
• **1ère partie : Retour d'expériences sur les audits «client mystère»**
(témoignages dirigés de 2 offices de tourisme).

• **2ème partie : Le métier de concierge d'hôtel, tellement proche du conseiller en séjour**

Accueillir, renseigner et conseiller les touristes ; témoignage d'un concierge sur les méthodes employées.

Animation : Audrey Assamat, Cabinet Authentis et Véronique Mercadier, Animatrice Qualité Tourisme OT, Pôle Ingénierie de l'Offre CRTL Occitanie.

📍 **Petit auditorium**



Programme Convergences 2022

Les plénières seront animées par Jean-Baptiste Tréboul, Directeur de la publication Revue Espaces Tourisme.

| Mardi 9 Novembre 2021 |

9h | Ouverture des Convergences 2022 - Accueil des participants et des espaces stands, café d'accueil.

8h45 - 9h30 | Réunion : bilan des actions menées collectivement en 2021 (Stations du littoral et ADT).

Intervenants : Philippe Berto, Directeur général délégué, CRTL Occitanie, Sophie Pellegrin-Ponsolle, Directrice du Pôle Communication & Rayonnement, CRTL Occitanie, Philippe Moncelet, Directeur de l'OT de Collioure, Jérôme Arnaud, Directeur de l'OT de La Grande Motte et Jean-Florent Boineau, Directeur de l'OT d'Argelès-sur-Mer, Serge Hoibian, Directeur général Grand Narbonne Tourisme.

📍 **Salle Méditerranée**

9h45 - 11h | Mot d'accueil par Jean Pinard & Conférence d'ouverture : les nouvelles aspirations en matière de voyage.

La crise sanitaire a laissé place à de nouvelles aspirations en matière de vacances : quête de sens, retour à l'essentiel et expériences inédites apparaissent comme de nouveaux fondamentaux. Face à ces aspirations, l'offre française actuelle des régions est-elle encore adaptée ? Découvrez les tendances et les résultats de l'étude d'Opinion Way.

Intervenante : Géraldine Degranges, Consultante Experte Qualitative Way, Opinion Way.

📍 **Grand Auditorium**

11h - 12h | Plénière 1

Anticiper pour ne pas subir : les nouveaux indicateurs de l'économie touristique.

Comment repenser notre manière de mesurer la performance de l'activité touristique ? Sur quels critères s'appuyer ? Quels nouveaux indicateurs doit-on mettre en place ? Comment ceux-ci peuvent être un véritable outil d'aide à la décision pour adapter nos actions ? Tour d'horizon des enjeux et des initiatives en la matière.

Intervenants : Hugo Alvarez, Responsable Prospective et Stratégie, Atout France (projet d'obser-

vatoire d'Atout France).

Témoïn : Dominique Thillet, Directeur du pôle Information, Etudes et Observation, CRTL Occitanie.

📍 **Grand Auditorium**

12h15 - 13h

• Présentation du projet de contrat de destination « Littoral » (OT des stations du littoral et ADT).

Intervenant : Philippe Berto, directeur général délégué, CRTL Occitanie.

📍 **Salle Méditerranée**

• Mini conférence - La Coupe du Monde de rugby 2023.

Intervenants : Cédric Coll, Représentant du Comité d'Organisation et Jean Pinard, directeur général, CRTL Occitanie.

📍 **Petit Auditorium**

• Mini conférence - Présentation du Fonds d'Investissement Tourisme Occitanie.

Intervenants : Marc Trubert, Directeur Tourisme & Hospitality, MCapital.

📍 **Grand Auditorium**

13h - 14h | Buffet sur place

📍 **Grande Salle d'Exposition**



14h15 - 15h15 | Plénière 2

Les enjeux de mobilités.

Présentation de la stratégie de mobilité.

Intervenants : Patrice Lallement, Direction générale déléguée Infrastructures et Mobilités, Région Occitanie Pyrénées-Méditerranée, Daniel Aubaret, Directeur Marketing & Relation Client, SNCF voyageurs Occitanie.

Présentation de l'enquête sur les retombées économiques des aéroports.

Intervenants : Pierre Cavé, Associé Le BIPE

Témoïn : Sébastien Arnaud, Directeur du Pont du Gard.

📍 **Grand Auditorium**

16h15 - 16h30 | Pause

15h30 - 16h30 | Plénière 3

Les marchés de proximité

Comment travailler les marchés de proximité pour développer un tourisme responsable sur la destination qui soit plus profitable pour le territoire, plus acceptable pour les habitants et plus enrichissant pour les visiteurs ?

Intervenant : Jean-Philippe Gold, Directeur Mission Attractivité, CRT Haut de France.

Témoïn : Pierre Lagache, Directeur, Lot Tourisme.

📍 **Grand Auditorium**

16h30 - 17h15

• Mini conférence - Accélérer un tourisme durable en Occitanie : leviers et opportunités !

Présentation et enjeux du secteur du tourisme.

Intervenant : Christelle Bedes, Chargée de mission Tourisme durable et entreprise à la Direction régionale de l'ADEME Occitanie

Opportunités d'accompagnement à travers le fonds tourisme durable.

Intervenant : Valérie Affre, Chargée de mission Tourisme Durable - Activité de Pleine Nature, Pays cœur d'Hérault.

📍 **Grand Auditorium**

• Mini conférence - Marketing : la Gestion de la Relation Client.

Marketing Digital & Gestion de la Relation Client : quelle déclinaison de la stratégie partagée à l'échelle de l'Occitanie avec l'ensemble des acteurs (CRTL, ADT, OT, privés) ?

Intervenants : Jeanne Bru, Directrice Pôle Marketing & Attractivité, CRTL Occitanie, Marc Lemesle, Responsable de missions Marketing Digital, CRTL Occitanie et Christophe Cousin, Consultant & Entrepreneur DATA et CRM.

📍 **Salle Méditerranée**

• Mini conférence - Information, observation et études : et demain, comment ça se mesure le tourisme ?

Quelle (dé)croissance pour les territoires ?

Quels indicateurs ? Quels objectifs ?

Comment aborder aujourd'hui la question de la performance économique du tourisme ? Construire ensemble une approche matricielle qui intègre l'ensemble des problématiques. Identifier de nouvelles sources de données économiques, environnementales et sociales ...

Intervenants : Dominique Thillet, Directeur du pôle Information, Etudes et Observation, CRTL Occita-

nie ; Séverine Sénac, Chef de projet Observation, CRTL Occitanie ; Etienne Rames, Chargé de mission Observation, CRTL Occitanie et Tyana Mouzdalifa, Chargé de mission Observatoire, CRTL Occitanie.

📍 **Petit Auditorium**

17h30 - 18h15

• Mini conférence - Financement : le Fonds Essentiem.

Présentation du 1er fonds de dotation pour un tourisme bienveillant.

Intervenant : Jean-Marie Hébert, Directeur du Fonds Essentiem.

Sur les pistes d'action au niveau régional.

Intervenant : Pierre Verdier, Responsable de projets Coopération Européenne, CRTL Occitanie.

📍 **Grand Auditorium**

• Mini conférence - Communication : 'Occitalité' et Voyages

Les Fabuleux Voyages, socles du nouveau positionnement de la destination Occitanie Sud de France.

Intervenants : Sophie Pellegrin-Ponsolle, Directrice du Pôle Communication et Rayonnement, CRTL Occitanie, Marc Lenclud et Alex Lignières, Directeurs associés, Agence Les Dissidents.

📍 **Salle Méditerranée**

• Mini conférence - Le Hub d'Information touristique saison 2 : plus de datas, plus d'interactions, plus d'outils partagés.

- Enrichir les sources (ex. mobilité),

- Croiser la data de l'offre et la data économique,

- Élargir la palette des outils du Hub d'Information Touristiques dans une logique de plateforme de services.

Intervenants : Dominique Thillet, Directeur du pôle Information, Etudes et Observation, CRTL Occitanie ; Michel Canillac, Ingénierie de la data, CRTL Occitanie ; Anne Frances, Gestion de l'Information Touristique, CRTL Occitanie ; Séverine Sénac, Chef de projet Observation, CRTL Occitanie.

📍 **Petit Auditorium**

16h30 - 17h15 | Réunion du comité éditorial sur les Fabuleux Voyages

(référents communication et community management des ADT Occitanie et des 2 OT Métropoles).

📍 **Espace mezzanine**

20h - 23h | Soirée au Yacht Club La Grande Motte

(Nombre de place limité et inscription obligatoire)

8h45 | Accueil des participants, café d'accueil.

**9h - 10h10 | Plénière 4
Vers un tourisme responsable
Parole d'acteurs engagés.**

Le durable est un sujet incontournable dans le tourisme. En parler c'est bien, le mettre en action sur notre destination c'est mieux ! Retour sur des actions concrètes qui oeuvrent au développement d'un tourisme plus durable et plus responsable.

Intervenante : Karine Niego, Fondatrice et CEO de YesWeGreen

Témoin : Pascal Bailly, directeur Hôtel Avène.

Signature de la Convention CRTL / ADEME entre Vincent Garel, Président du CRTL Occitanie et Camille Fabre, Directeur Régional Délégué ADEME Occitanie.

📍 **Grand Auditorium**

**10h10 - 11h25 | Plénière 5
Repenser nos stratégies d'attractivité.**
Comment rendre notre destination plus désirable, en complément des schémas classiques ? Comment améliorer notre image de marque et notre notoriété ?

Intervenants : Nicolas de Dianous, We like Travel
Témoins : Patrice Canayer, Conseiller Régional Délégué à l'attractivité de l'Occitanie ; Patrick Torrent, Directeur Exécutif de l'Agence Catalane de Tourisme.

📍 **Grand Auditorium**

11h25 - 11h45 | Pause

11h45 - 12h30

• **Mini conférence Marketing : L'action B to B :** Quelle stratégie de l'intermédiation pour le CRTL Occitanie ? L'action du CRTL, facilitateur pour développer la mise en marché auprès des voyageurs, au service des entreprises en partenariat avec les ADT et les OT.

Intervenantes : Jeanne Bru, Directrice Pôle Marketing & Attractivité, CRTL Occitanie ; Nicole Pradines, Responsable de missions Marketing BtoB, CRTL Occitanie ; Sandra Dargent, Chargée de missions Marketing BtoB, CRTL Occitanie.

📍 **Grand Auditorium**

• **Mini conférence - Marketing : la Stratégie Vélo en Occitanie**

Quelle stratégie pour le tourisme à vélo en Occitanie ? Vers une stratégie partagée : propositions d'orientations stratégiques et échanges pour instituer une filière régionale du tourisme à vélo.

Intervenants : Elsa Guérin, Chargée de mission Activités de pleine nature & Itinérances, CRTL Occitanie ; Corinne Carrère, Responsable de missions Filières & Destinations, CRTL Occitanie ; Gwendal Caraboeuf, Consultant Inddigo.

📍 **Petit auditorium**

• **Mini conférence - Etats généraux de la transition du tourisme en montagne.**

Intervenants : Pierre Torrente, Directeur du Campus des Métiers du Tourisme Pyrénéen, Université de Toulouse ; Domitien Détrie, Directeur de l'Agence des Pyrénées.

📍 **Salle Méditerranée**

12h30 - 13h30 | Buffet sur place
📍 **Grande Salle d'Exposition**

13h30 - 15h45 | Réunion du Club Business, CRTL Occitanie.

📍 **Salle Méditerranée**

14h - 14h45

• **Mini conférence - Qualification de l'offre des démarches de labellisation.**
Comment accompagner les destinations à élaborer des choix de qualifications correspondant à la stratégie touristique de leur territoire ?

Intervenantes : Sophie Mercier, Directrice du Pôle Ingénierie de l'Offre, CRTL Occitanie ; Angelika Sauermost, Chef de projet Qualité Tourisme, Région Occitanie Pyrénées-Méditerranée.

📍 **Grand Auditorium**

• **Mini conférence - Innovation et Prospective : accompagner la transition du tourisme.**

Point sur l'avancée des travaux du groupe projet Innovation et Prospective, ouverture du groupe aux partenaires du CRTL (groupe projet transversal CRTL animé par Emma-

nuelle Montaud et Pascal Dupuy)

Intervenants : Emmanuelle Montaud, Chargée de mission, CRTL Occitanie ; Pascal Dupuy, Chargé de mission Ingénierie territoriale, CRTL Occitanie ; Dominique Thillet, Directeur du pôle Information, Etudes et Observation, CRTL Occitanie.

📍 **Petit Auditorium**

• **Session Google Formations : Les outils pour optimiser sa visibilité web.**

Session de formation express qui aborde la stratégie à adapter pour chaque type d'activité touristique et qui couvre l'ensemble des moyens : SEO, plateformes de réservation, réseaux sociaux... au-delà des outils proposés par Google.

📍 **Espace mezzanine**

15h00 - 15h45 | Mini conférence - Ingénierie de l'offre.

L'ingénierie territoriale en appui au développement de l'offre et de services. L'hébergement marchand, un facteur clé de l'attractivité des destinations.

Intervenants : Sophie Mercier, Directrice du Pôle Ingénierie de l'Offre, CRTL Occitanie ; Pascal Dupuy, Chargé de mission Ingénierie territoriale, CRTL Occitanie ; Véronique Mercadier, Animatrice Qualité Tourisme OT, CRTL Occitanie ; Marjolaine Tharaud, Chargée de mission Tourisme, ANCORIS.

📍 **Grand Auditorium**

15h20 - 15h50

• **Mini conférence : Programme « The Explorer ».**

Présentation de la plateforme recensant photos et vidéos réalisés sur l'Occitanie depuis octobre 2020. Visuels mis à la disposition gracieuse des socio-professionnels régionaux dans une perspective de valorisation harmonieuse et cohérente de la destination.

Intervenant : Olivier Chiabodo, CEO, The Explorers.

📍 **Petit Auditorium**

• **Session Google Formations : Les outils pour optimiser sa visibilité web.**

Session de formation express qui aborde la stratégie à adapter pour chaque type d'activité touristique et qui couvre l'ensemble des

moyens : SEO, plateformes de réservation, réseaux sociaux... au-delà des outils proposés par Google.

📍 **Espace mezzanine**

16h - 17h30 | Assemblée générale électorale du CRTL, suivie du Conseil d'Administration (Election du Président).

Les nouveaux statuts vont permettre d'élargir la représentation et par là même d'engager plus de partenaires dans la stratégie du CRTL. Au-delà du formalisme de cette assemblée générale, elle permettra une transition habile entre la fin des convergences 2022 et l'ouverture vers une nouvelle gouvernance.

📍 **Grand Auditorium**

17h30 | Clôture des Convergences 2022.



2021 : L'action du CRTL en quelques chiffres

47 000

nombre de foyers disposant d'une carte Occ'ygène.

4344

nombre d'agents de voyages et voyagistes ayant participé à un webinaire de formation spécial Occitanie au premier semestre 2021.

174

nombre d'animations proposées à l'occasion du Fascinant Week-end en Occitanie.

90

nombre de communes visitées pour la campagne de labellisation Villes & Villages Fleuris 2021

3 682

nombre de participants aux sessions d'accompagnement en ingénierie de projet et qualifications de l'offre

1 393

nombre de labellisés Qualité Tourisme Occitanie Sud de France

3 248

nombre de professionnels répondant chaque mois à l'enquête de conjoncture touristique.

120 621

nombre d'Objets d'Information mutualisés dans le HIT.

285 000

nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux du CRTL (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) soit une augmentation de 12,2% sur les 10 premiers mois de l'année 2021.

330

nombre d'articles parus sur l'activité « Corporate » du CRTL, soit une augmentation de 120% par rapport à 2020 et +210% par rapport à 2019

2,9 millions

nombre de visites sur tous les sites du CRTL

80

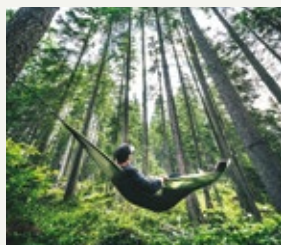
Tours Opérateurs accueillis au CycleSummit organisé à Toulouse et pour la première fois en France

130

plages et ports labellisés Pavillons Bleus accompagnés par le CRTL

3,7 millions

Budget du programme Tremplin associant le CRTL, les ADT/CDT et les OT pour la promotion de la destination Occitanie Sud de France



Le tourisme : 2^{ème} secteur économique régional

Entre mer et montagne, l'Occitanie est, par nature, une terre d'accueil d'excellence. Le tourisme fait donc partie des secteurs vitaux de la région, juste après l'agriculture et l'agroalimentaire, et devant l'aéronautique ou le bâtiment.

15,9
milliards d'euros
de retombées économiques



10,3%
du PIB régional
(contre 7,2% au niveau national)



Source : DGE - Memento du tourisme 2018

99 000
emplois salariés
dans les activités caractéristiques du tourisme, soit 7% de l'emploi salarié total en Occitanie (contre 7,3% au niveau national)



Source : ACOSS 2019

En 2019, l'accueil des touristes s'est traduit par le recrutement de plus de

50 000
saisonniers
(+ 13,4% d'embauches par rapport à 2018)

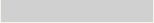


Source : Pôle Emploi

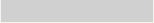
208
millions de nuitées touristiques
dont 60% non-marchands

dont

73
millions de nuitées touristiques étrangères



87
millions d'excursions
en 2019 à l'échelle de la Région



Source : Flux Vision Tourisme

56€ de dépense moyenne par jour pour un touriste français selon l'enquête régionale 2019 sur les comportements, la satisfaction et les dépenses des visiteurs en Occitanie (47€ hors trajet). Cette dépense moyenne se situe à 72€ par jour en hébergement marchand (62€ hors trajet) et 43€ en hébergement non marchand (33€ hors trajet).

LES 10 ATOUTS DE L'OCCITANIE

L'Occitanie est la région qui attire le plus de touristes français. Et pour cause, son offre est variée, du littoral à la montagne de la ville à la campagne, et ne cesse de s'étoffer.

n°1
pour sa biodiversité
40% du territoire de la région est composé d'espaces naturels remarquables (parcs et réserves).

1^{ère}
région de France en termes de labellisés qualité

au 1^{er} rang de l'offre de résidences secondaires
L'Occitanie compte 550 000 résidences (16,3 % de l'offre nationale), ce qui traduit son attractivité et constitue un socle solide de son activité touristique.

+ de 1 400
campings et 135 000 emplacements de passage
L'Occitanie est régulièrement la 1^{ère} région de France pour l'hôtellerie de plein air, elle représente environ 20% de l'offre nationale et 21% des nuitées.

+ de 200
jours de soleil en moyenne/an
L'Occitanie est la deuxième région la plus ensoleillée de France après Provence-Alpes-Côte d'Azur. Montpellier, Nîmes et Perpignan font partie du classement des 10 villes les plus baignées de soleil (+ de 2 400 heures par an).

n°1
pour le thermalisme
Avec 210 000 curistes accueillis chaque année dans les 28 stations thermales d'Occitanie.

4
univers de destination qui font sa diversité : le littoral, la montagne, les villes et la campagne. *« Cette diversité fait notre richesse et concourt à son attractivité, mais c'est aussi ce qui rend une stratégie de marketing régional très complexe »*
Jean Pinard, directeur du CRT

n°1
pour son vignoble
Une vraie carte à jouer pour l'œnotourisme ? L'Occitanie est le plus grand vignoble du monde. Sans parler de 243 produits sous « signes d'identification de la qualité et de l'origine » (Label Rouge, AOC, IGP, etc) qui en font un territoire du goût !

43
stations de ski et espaces nordiques sur les Pyrénées et le Massif Central, dont les célèbres Saint-Lary Soulan, Ax 3 domaines et Font-Romeu.

n°1
pour la clientèle française.
L'Occitanie demeure la première région la plus fréquentée par les Français en part de marché des nuitées, juste devant la Nouvelle-Aquitaine.
Source : Etude SDT 2019 - Kantar

220
kilomètres de littoral, bordés de plages de sable fin de la Côte Vermeille à la Camargue. 37 ports de plaisance (27 000 anneaux), Port Camargue, la plus grande marina d'Europe.

n°1 par la richesse de son patrimoine
L'Occitanie est la région qui compte le plus de sites classés à l'UNESCO (8), mais aussi le plus grand nombre de « Plus Beaux Villages de France » (45). Elle abrite également des sites mondialement connus comme le Pont du Gard, Lourdes ou Carcassonne.

41 Grands Sites d'Occitanie Sud de France
Une collection de 41 sites exceptionnels (patrimoniaux, culturels, naturels et historiques) qui ont obtenu le label Grands Sites Occitanie / Sud de France.

Bilan de la saison touristique en Occitanie

Du 1er juin au 30 septembre 2021

L'essentiel : une saison touristique au beau fixe malgré quelques nuances

>> Sur la période estivale de juin à septembre 2021, la destination Occitanie Sud de France réussit pratiquement à rattraper les bons niveaux de fréquentation de 2019 (dernière année de référence), bénéficiant même d'une hausse de 12% par rapport à l'année dernière.

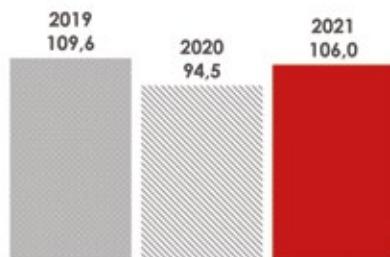
>> La clientèle française, toujours prédominante (74% des nuitées touristiques) est en progression constante depuis 2 ans, tandis que la clientèle étrangère revient en force cet été sans réussir à atteindre le niveau de 2019.

>> Tous les univers de destination tirent leur épingle du jeu avec une reprise significative du tourisme urbain et sur le littoral.

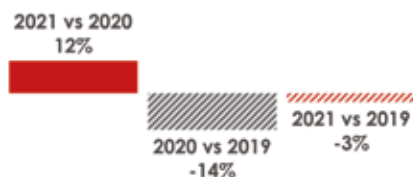
>> Parmi les hébergeurs, les propriétaires de campings, de gîtes et meublés sont les grands gagnants de la saison tout comme, pour les prestataires, tous ceux qui proposent des activités de pleine nature. En revanche, d'autres professionnels du tourisme, à l'instar des restaurateurs, et, dans la continuité de 2020, des hôteliers de Lourdes ont des avis plus mitigés.

Nuitées touristiques en Occitanie, tous modes d'hébergements confondus (Données FluxVision)

Total période - millions de nuitées



Evolution nuitées - total période

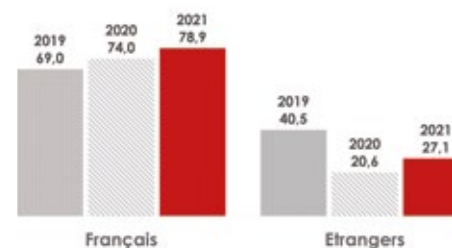


Après un 1er semestre difficile (-32% par rapport à 2019), la destination Occitanie Sud de France reprend des couleurs cet été en retrouvant 97% du volume de nuitées touristiques de 2019, bénéficiant même d'une hausse de 12% par rapport à l'année dernière.

La clientèle française, toujours prédominante (74% des nuitées touristiques), progresse de 7% par rapport à 2020 avec un volume bien supérieur à celui de 2019 (+14%), conservant le fort gain acquis en 2020.

La clientèle étrangère, malgré une reprise par rapport à 2020 (+32%), ne réussit pas encore à atteindre le niveau de 2019 (-33%), en raison de la forte chute enregistrée en 2020.

NOMBRE DE NUITÉES TOURISTIQUES (EN MILLIONS) DU 1ER JUIN AU 30 SEPTEMBRE



L'OCCITANIE DESTINATION PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS

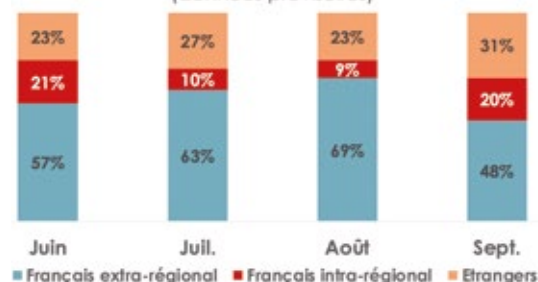
Les clientèles françaises extra-régionales (69% en août) s'ajoutant aux habitants d'Occitanie (qui représentent environ 20% de la fréquentation en juin et en septembre), ont généré la grande majorité des nuitées touristiques sur la période, et ce, de façon encore plus marquée sur le cœur de saison (juillet et août). Nos compatriotes ont ainsi sauvé la saison avec, pour les mois de juillet et août, un volume de nuitées supérieur aux deux années précédentes (+ 30% par exemple par rapport à l'été 2019) et un record absolu en termes de fréquentation française. Le mois de septembre, avec une plus grande part de nuitées étrangères (31%), témoigne du retour encore très partiel de celles-ci sur l'arrière-saison.

FOCUS SUR LES NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES

Le bilan des nuitées touristiques françaises est globalement très positif avec un volume en augmentation continue sur deux ans et, après un démarrage en douceur sur le début de saison, c'est le mois de juillet qui enregistre la plus forte progression des nuitées françaises (+11% par rapport à juillet 2020 contre +6% pour toute la saison)



Répartition des nuitées touristiques en Occitanie Période du 1er juin au 30 septembre 2021 (données provisoires)



■ Français extra-régional ■ Français intra-régional ■ Etrangers

Mois	Juin	Juil.	Août	Sept.	Poids de la clientèle française
	77%	73%	77%	69%	



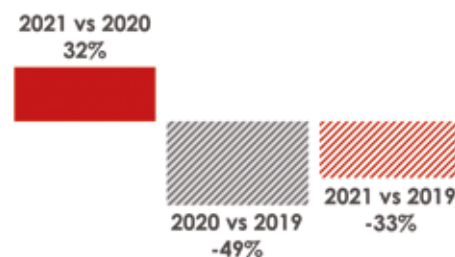
Concernant les origines des nuitées touristiques extra-régionales, les données fournies par Flux Vision permettent d'aller encore plus loin dans la précision : les habitants de l'Île de France s'inscrivent au 1er rang (plus du ¼ des volumes extra-régionaux) devant ceux d'Auvergne-Rhône Alpes (18%), suivis par les habitants de Nouvelle-Aquitaine (10%), des Hauts-de-France (9%) et de Provence-Alpes-Côte d'Azur (8%)



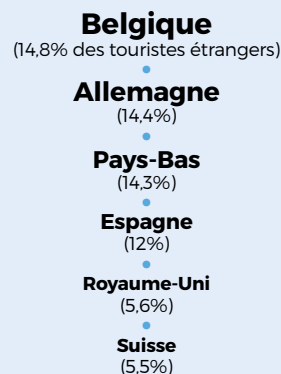
Région (top 5)	Part FR (hors Occitanie)	Evol° vs 2020	Evol° vs 2019
Île-de-France	26,2%	0,7 % ▲	25,34 % ▲
Auvergne-Rhône-Alpes	17,8%	6,4 % ▲	30,62 % ▲
Nouvelle-Aquitaine	10,1%	5,0 % ▲	27,58 % ▲
Hauts-de-France	9,4%	16,9 % ▲	16,79 % ▲
Provence-Alpes-Côte d'Azur	8,1%	2,6 % ▲	29,77 % ▲

FOCUS SUR LES NUITÉES TOURISTIQUES ÉTRANGÈRES

Le volume de nuitées étrangères reste en deçà de 2019 (-33%), malgré une forte reprise par rapport à 2020 (+32%). Le retour des clientèles étrangères est progressif, avec un rattrapage plus fort sur le cœur de l'été et durant le mois de septembre (en comparaison des mois de 2019).



TOP 6 DES MARCHÉS EUROPÉENS CET ÉTÉ EN OCCITANIE



Les clientèles anglaises et italiennes sont celles qui affichent les plus nets reculs de fréquentation par rapport à 2019 alors que les clientèles belges et suisses sont celles qui bénéficient des plus fortes progressions par rapport à 2020.

ÉVOLUTION DES NUITÉES TOURISTIQUES PAR UNIVERS DE DESTINATION (TOUTES CLIENTÈLES CONFONDUES)

Par rapport à 2020 :

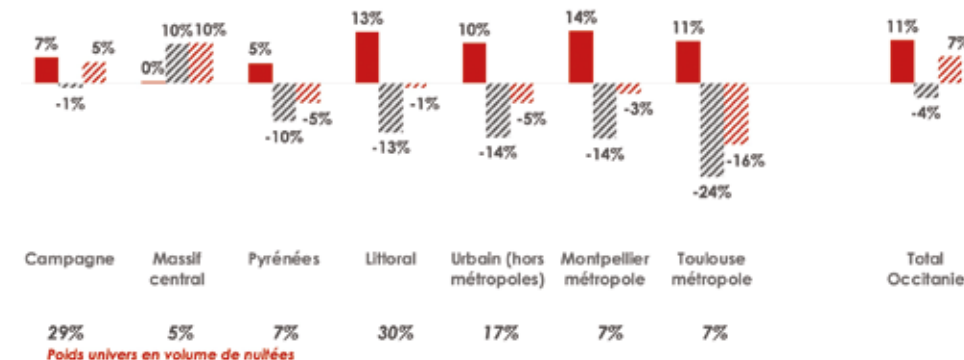
- la quasi-totalité des univers de destination enregistrent des volumes de nuitées touristiques en hausse (seul le massif central est stable)
- Le littoral est les espaces urbains y compris

les Métropoles bénéficient des plus fortes progressions.

Par rapport à 2019 :

- Le Massif Central (+10%) et la campagne (+5%) sont les deux seuls univers qui évoluent à la hausse
- Le littoral retrouve un niveau similaire (-1%)
- Toulouse Métropole demeure la plus en retrait (-16%)

Évolution du volume de nuitées touristiques sur les univers de destination
Période du 1er juin au 30 septembre (données provisoires)
■ Evolution 2021 vs 2020 ▨ Evolution 2020 vs 2019 ▩ Evolution 2021 vs 2019



Ressenti des professionnels de la région (Source : dispositif mutualisé de conjoncture)

En complément des chiffres de fréquentation issus des outils de mesure (FluxVision, INSEE, AIRDNA), l'enquête de conjoncture* (à laquelle plus de 3000 professionnels du tourisme de la région ont répondu chaque mois) fournit un éclairage qualitatif de grande valeur concernant l'activité touristique dans le secteur marchand.

UN FORT NIVEAU DE SATISFACTION

Les résultats de l'enquête révèlent que globalement trois quarts des professionnels de la région (76%) jugent satisfaisant leur niveau d'activité pour cette saison 2021.



*L'enquête de conjoncture, est issue du dispositif régional de Conjoncture qui est piloté par le CRTL Occitanie, en partenariat avec les Agences Départementales du Tourisme, Comités Départementaux du Tourisme et relais infra-territoriaux. Base : 12 881 répondants de juin à septembre, dont 64% du secteur de l'hébergement

La grande majorité d'entre eux (78%) estiment leur fréquentation équivalente ou supérieure à celle de 2020. Et près d'un tiers (64%) si l'on se compare à la saison 2019. De plus, 79% des professionnels du tourisme estiment que la saison s'est déroulée comme ou mieux que prévu.

Les propriétaires de campings sont les plus enthousiastes (48% : mieux que prévu et au total près de 9 sur 10 qui sont satisfaits de leur saison), contrairement aux restaurants qui émettent des avis bien plus partagés : 22% mieux que prévu ; 35% moins bien que prévu et 44% estimant leur fréquentation toujours inférieure à 2019).

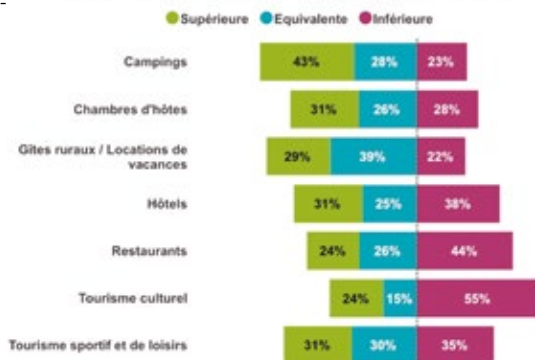


Comment s'est passée la saison par rapport à vos attentes ?

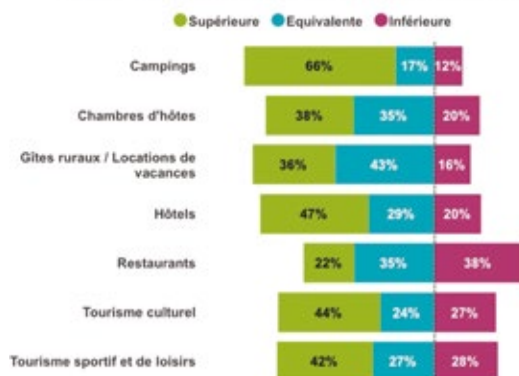


Ce sont les prestataires du littoral, de Montpellier Métropole et des agglomérations / villes moyennes qui semblent les plus satisfaits de cette saison touristique.

Comment estimez-vous votre fréquentation par rapport à la saison 2019 ?



Comment jugez-vous votre fréquentation par rapport à la saison 2020 ?



Fréquentation du locatif en plateforme AirBnb, VrbO (Source : Airdna)

Après une année 2020 atypique qui a ralenti la dynamique de croissance du locatif en plateforme, la saison estivale 2021 marque une reprise d'activité sur de nouvelles bases.

UNE MEILLEURE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DE L'OFFRE LOCATIVE EN PLATEFORME EN OCCITANIE PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE 2019

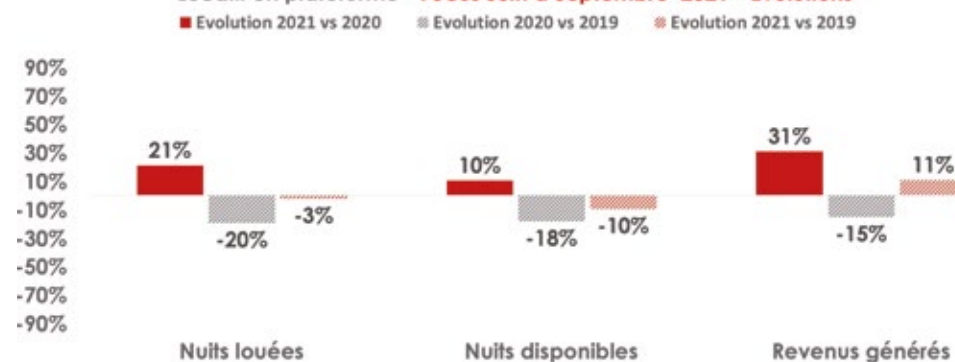
L'offre en Occitanie s'est légèrement réduite par rapport à 2019 : si le nombre d'offres de locations sur les plateformes (AirBnb et VrbO) a progressé de +7% par rapport à 2020, il reste toutefois légèrement en deçà de l'offre 2019 (-8%) en particulier sur le cœur de saison (-10% en juillet-août). Le nombre de nuits disponibles est en baisse de -6% par rapport à 2019, cette évolution traduit un phénomène de contraction de l'offre.

Pour autant, la demande s'est intensifiée par rapport à 2019 malgré les incertitudes liées au contexte sanitaire : le volume de nuits louées progresse nettement par rapport à 2020 (+21%) ce qui permet de rattraper la forte chute enregistrée l'année dernière. Cette dynamique permet de retrouver un nombre de nuits louées quasi similaire par rapport à la saison 2019 (-3%).

L'augmentation des tarifs engendrée par la crise sanitaire combinée à l'amélioration des taux d'occupation ont permis de générer un revenu en hausse de +11% par rapport à la saison 2019.



Locatif en plateforme - Focus Juin à Septembre 2021 - Evolutions



Fréquentation hôtelière

(Source : INSEE)

Les données, parcellaires ne portent que sur la période juin - août

Sur la période de juin à août 2021, l'Occitanie bénéficie d'une reprise de ses nuitées hôtelières de 26% par rapport à 2020, ce qui lui permet d'atteindre 82% du volume de 2019 ; fréquentation portée essentiellement par le dynamisme de la clientèle française qui retrouve son niveau de 2019, les

clientèles étrangères demeurant toujours en net retrait (-66% par rapport à 2019).

Ainsi, la clientèle française a représenté 88% des nuitées hôtelières sur la période estivale contre 72% en 2019.

OCCITANIE HOTELS	Nuitées totales 2019	Nuitées totales 2020	Nuitées totales 2021	Evolutions 2021 vs 2020	Evolutions 2020 vs 2019	Evolutions 2021 vs 2019
juin	1 731 812	547 212	1 016 608	86%	-68%	-41%
juillet	1 994 385	1 398 213	1 752 254	25%	-30%	-12%
août	2 381 748	2 021 966	2 230 890	10%	-15%	-6%
Juin à Août	6 107 945	3 967 391	4 999 753	26%	-35%	-18%
Janvier à Août	11 492 507	6 263 288	7 283 677	16%	-46%	-37%



Quatre univers de destination de la région voient les signaux repasser au vert comparativement à 2019 : le Massif Central (+10%), les Pyrénées (+5%), le littoral (+4%) et plus modérément la campagne (-1%). En revanche, le réseau des agglomérations/villes moyennes (-13%) et Toulouse Métropole (-33%), davantage dépendants des clien-

tèles internationales et de la clientèle Affaires, sont encore en retrait des niveaux de fréquentation 2019.

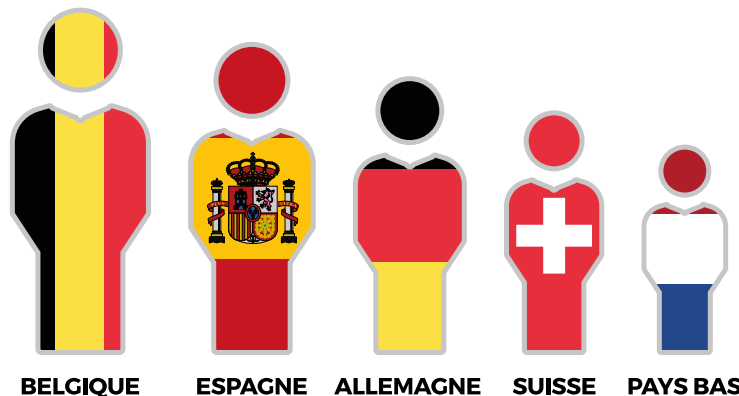
A noter que pour Toulouse Métropole, les établissements du centre-ville sont moins impactés que ceux de la zone aéroportuaire (très dépendants du tourisme d'affaires et des liaisons aériennes).



De même les hôtels de la ville de Lourdes (-74%), fortement dépendants des clientèles étrangères, font toujours grise mine, les clientèles étrangères ne revenant que timidement.

Si l'on retire Lourdes des données de fréquentation régionale, le volume des nuitées hôtelières en Occitanie atteint 92% de celui de 2019 sur la période de juin à août et est équivalent à celui de 2019 sur le cœur de saison (+1% en juillet-août).

Concernant le non-retour des clientèles étrangères cet été par rapport à 2019, il est très marqué pour les clientèles anglaises (-85%), italiennes (-80%), américaines (-68%) et espagnoles (-63%) mais plus modéré pour les clientèles allemandes (-40%), belges (-26%) et néerlandaises (-19%)... ce qui vient perturber le top 5 des clientèles étrangères



Suivi des réservations dans l'hôtellerie de plein air (Source : Ctoutvert)

UNE TRÈS BONNE SAISON POUR L'HÔ- TELLERIE DE PLEIN AIR SELON LES DON- NÉES DE RÉSERVATION EN LIGNE

Au global, le panel de l'hôtellerie de plein air montre sur l'Occitanie une progression de +28% en termes de réservations et de +30% en termes de chiffres d'affaires par rapport à 2019.

80% des réservations des campings d'Occitanie cet été émanaient de clients français, suivis par les clients néerlandais (7%) et allemands (5%), confirmant ainsi la forte demande française.

Au 30 septembre, la demande pour l'été (juillet-août) a représenté 74% de la demande globale, le mois de septembre pesant presque autant que juin (8% contre 9%).

Par rapport à 2019, si les demandes de réservations des 3 et 4 étoiles sont en progres-

sion de +32% celles pour les 5 étoiles sont en progression plus faible (+8%) ; ces derniers souffrent du recul de la demande étrangère et n'ont pas retrouvé en été l'activité perdue. Pour autant, les 4 et 5 étoiles ont généré 57% des réservations.

La hausse de la demande locative (emplacements équipés : +30%) est de nouveau plus importante que celle des emplacements nus (+24%), confirmant l'attrait observé depuis plusieurs années des clientèles pour cette nouvelle offre des emplacements équipés d'un mobil-home ou d'un chalet. Les chiffres retraduisent logiquement une plus forte performance économique des emplacements équipés/locations : le chiffre d'affaires (CA) réservé est en progression de +36% pour les locations contre +13% pour les emplacements nus.



CHIFFRES CLÉS DE LA SAISON 2021


NUITÉES
De juin à septembre

2020
+12%
2019
-3%



NUITÉES FRANÇAISES
De juin à septembre

2020
+7%
2019
+14%



NUITÉES ÉTRANGÈRES
De juin à septembre

2020
+32%
2019
-33%

1,57 Millions

Maximum de nuitées
journalières cet été (le 7 août)

67%
des clientèles étrangères récupérées
par rapport à 2019



TAUX DE SATISFACTION
des professionnels
sur la saison

76%
en 2021
65%
en 2020



+12% et +9%

C'est le record d'augmentation
des nuitées françaises pour le
Massif Central et la destination
campagne entre 2019 et 2021



+49%

C'est le record d'augmentation des
nuitées étrangères pour les 2
métropoles entre 2020 et 2021



+21% Progression des nuits
louées dans le locatif
(Airbnb, Vrbo) entre
2020 et 2021



+28%

Progression des réserva-
tions en hôtellerie de plein
air par rapport à 2019

+11% Hausse du revenu
généralisé par le locatif
(Airbnb, Vrbo) entre
2019 et 2021



106 Millions

Nombre total de nuitées
touristiques entre juin et
septembre 2021

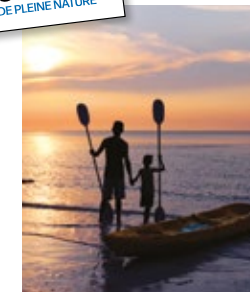


+26%

Hausse des nuitées hôtelières
par rapport à 2020 (mais -18%
par rapport à 2019)

Le CRTL au plus près des professionnels

Zoom sur les filières et clubs accompagnés



MARKETING DES FILIÈRES, 2 AXES D'INTERVENTION

APPROCHE FILIERE

Actions au bénéfice de l'ensemble des acteurs et des destinations

Selon plan d'actions, financement partenarial

APPROCHE CLUB

Actions spécifiques dédiées aux membres du club

Co-financement CRTL Adhérents



Des clubs au plus près des entreprises :

Pour une entreprise du secteur touristique, adhérer permet :

- de développer sa clientèle, en profitant des synergies opérationnelles du CRTL,
- de bénéficier de l'expertise, des contacts et des moyens de communication du CRTL,
- d'intégrer un réseau d'entreprises solidaires pour le développement de la destination Occitanie Sud de France et de ses territoires.

L'entreprise adhérente participe à la gouvernance du club.

Montant annuel moyen de l'adhésion : 250 € (jusqu'à 490 € max.)

Mode de financement des actions réparti entre le CRTL et l'adhérent, le plus généralement à parité.

L'action marketing du CRTL s'organise par univers de consommation et filières, afin de créer des plans d'actions coopératifs ciblés. Les clubs d'entreprises, créés par le CRTL, entrent dans cette stratégie.

Filière Agritourisme et Oenotourisme

DÉFIS & ENJEUX

- > S'appuyer sur l'image portée par les différents bassins viticoles et leur force d'évocation pour valoriser la destination Occitanie
- > Affirmer l'Occitanie en tant que destination oenotouristique incontournable en s'appuyant sur les marques viticoles existantes
- > Valoriser les spécificités de chacun
- > Coordonner les approches avec l'agritourisme et les démarches export en tant que filière d'excellence, vitrine de l'art de vivre et de la richesse des terroirs
- > Développer les territoires et la fréquentation touristique hors saison

APPROCHE FILIERE

Acteurs concernés	Mode de financement
Territoires Vignobles & Découverte	
Interprofessions (CIVR, CIVL, InterRhône, IVSO)	50% CRTL / 50% partenaires
Réseaux et regroupements (Bienvenue à la Ferme, Tourisme gourmand, Sites remarquable du goût)	
ADT / GSO	
Atout France	
IRQUALIM	
Chambre Agriculture	

Référente : Céline Guerin
celine.guerin@crtoccitanie.fr

Filière et Club Activités de Pleine Nature

DÉFIS & ENJEUX

- > Structurer l'offre APN et fédérer les acteurs régionaux du tourisme de pleine nature autour de plans d'actions et ambitions partagés
- > Positionner l'Occitanie comme une destination de référence pour une pratique responsable des APN et de l'itinérance douce
- > Favoriser la mise en marché de l'offre APN, en particulier en direction des clientèles de proximité (notamment les scolaires & jeunes)

	APPROCHE FILIERE	APPROCHE CLUB
ITINÉRANCE / APN	Acteurs concernés	Entreprises concernées
	RANDO & VELO	TRAIL & MER ACTIVE
	Comités d'itinéraires : GTMC ViaRhôna Méditerranée à vélo Voie d'Arles	Prestataires d'activités Organisateurs d'événements Exploitants d'hébergements Agences de voyages réceptives Équipementiers ou distributeurs matériel
	Mode de financement Selon mode partenarial de chaque comité d'itinéraire	Mode de financement 50% CRTL / 50% adhérents Montant de l'adhésion* : 250€ ou 400€ selon le type de prestataire
	ADT Fédérations sportives	

Référente : Elsa Guerin
elsa.guerin@crtoccitanie.fr

(*) : Toute entreprise adhérente à un club doit être adhérente du CRTL

Filière Tourisme des Jeunes

DÉFIS & ENJEUX

- > Favoriser l'accès aux loisirs et aux vacances pour les enfants (scolaire / privé)
- > Soutenir la croissance de l'offre en direction des enfants et adolescents (4/12 ans et 12/17 ans) et en direction des jeunes (18/25 ans) autour d'activités outdoor, du tourisme urbain et de voyages découverte (cible internationale)
- > Créer un lien de fidélisation avec la destination
- > Fidéliser et dénicher des prescripteurs/ambassadeurs, notamment sur les RS



APPROCHE FILIERE

Acteurs concernés	Mode de financement
ADT UNAT Agences réceptives Rectorat / Enseignants Fédérations parents d'élèves	67% CRTL / 33% partenaires

Référente : Corinne Carrère
corinne.carrere@crtoccitanie.fr



Filière Thermalisme et Club Bien être

DÉFIS & ENJEUX

- > Affirmer l'Occitanie en tant que destination thermique et de bien-être leader au niveau national
- > Considérer les stations thermales comme des destinations touristiques à part entière

- > Diversifier les clientèles et les offres (de la cure conventionnée aux prestations bien-être non-médicalisées)
- > Valoriser l'excellence des soins et les innovations médicales et techniques
- > Faire converger les intérêts d'acteurs divers du bien-être : spas thermaux, thalasso, spas urbains pour renforcer l'attractivité de la destination

	APPROCHE FILIERE		APPROCHE CLUB	
	Acteurs concernés	Mode de financement	Entreprises concernées	Mode de financement
THERMALISME	FTO Stations thermales (communes et établissements) Office de tourisme ADT	50% CRTL / 50% partenaires	Pas d'approche club pour le thermalisme	

Référent : Claude Bosom
claud.bosom@crtoccitanie.fr

	APPROCHE FILIERE		APPROCHE CLUB	
	Acteurs concernés	Mode de financement	Entreprises concernées	Mode de financement
BIEN-ÊTRE	Pas d'approche filière pour le bien-être		Centres de thalasso Spas et bains thermaux	50% adhérents / 50 % CRTL Montant de l'adhésion* : 490€

Référent : Véronique Segat
veronique.segat@crtoccitanie.fr

(*) : Toute entreprise adhérente à un club doit être adhérente du CRTL

Filière Tourisme Haut de Gamme et Cercle Prestige



DÉFIS & ENJEUX

- > Développer le positionnement «Premium» de la destination Occitanie
- > Poursuivre et renforcer la dynamique du Cercle Prestige en fédérant des acteurs du tourisme haut de gamme / luxe
- > Favoriser leur mise en marché sur les marchés internationaux
- > Identifier de nouveaux bassins de clientèles susceptibles de consommer leurs produits (BtoC : clientèle étrangère de proximité / locale / nationale)

	APPROCHE FILIERE		APPROCHE CLUB	
	Acteurs concernés	Mode de financement	Entreprises concernées	Mode de financement
PRESTIGE	Pas d'approche filière Base d'appui de la stratégie BtoB en France et à l'international		Hébergements B&B Péniches-Hôtels Hébergements self-catering de prestige Sites touristiques d'exception Restaurants gastronomiques Sociétés de transport haut de gamme Agences réceptives proposant des séjours sur mesure pour une clientèle internationale	50% CRTL / 50% adhérents Montant de l'adhésion* : 490€

Référente : Véronique Segat
veronique.segat@crtoccitanie.fr

(*) : Toute entreprise adhérente à un club doit être adhérente du CRTL



Filière Tourisme d'affaires et Club Business



DÉFIS & ENJEUX

- > Soutenir et développer le positionnement MICE de la destination, à travers les 2 métropoles, les villes moyennes et le territoire
- > Accompagner les entreprises adhérentes de la filière Tourisme d'affaires à la reprise d'activités
- > Miser sur le collectif pour générer une cohésion des acteurs de la filière, ambassadeurs de la destination

APPROCHE FILIERE		APPROCHE CLUB	
Acteurs concernés	Mode de financement	Entreprises concernées	Mode de financement
MICE	ADT Conventions Bureaux OT villes moyennes	Centres de congrès Hôtels et résidences hôtelières	50% adhérents / 50 % CRTL
		Lieux de réception, Prestataires incentives et événementiel (hébergement, activités, traiteurs, transporteurs...) Agences réceptives	Montant de l'adhésion* : 490€

(*) : Toute entreprise adhérente à un club doit être adhérente du CRTL

Référentes :

Cécile Sénard cecile.senard@crtoccitanie.fr

Victoria Baylet victoria.baylet@crtoccitanie.fr



L'action marketing CRTL Occitanie en BtoB

L'action BtoB du CRTL Occitanie pour la mise en marché de l'offre des entreprises s'inscrit dans une dynamique partenariale en lien avec les ADT, CCI et Offices de tourisme, aéroports et entreprises privées souhaitant mener des actions auprès des prescripteurs, agences de voyages et tour-opérateurs.

L'action BtoB à échelle régionale, nationale et à l'international s'adapte pour répondre aux enjeux liés aux évolutions des marchés et au positionnement de la destination, avec pour objectifs :

- Consolider et développer les partenariats avec les prescripteurs français, groupes et individuels
- Fidéliser les clientèles européennes actuelles
- Saisir les opportunités que représentent les ouvertures de lignes
- Garder un lien étroit et s'adapter aux évolutions des marchés longs courriers pour maintenir le positionnement de la destination dans les programmations
- Travailler la programmation de la destination avec les prescripteurs et valoriser des séjours écoresponsables.

Référentes :

Nicole Pradines

nicole.pradines@crtoccitanie.fr

Sandra Dargent

sandra.dargent@crtoccitanie.fr

L'action marketing CRTL Occitanie & la Gestion de la Relation Client

La stratégie de Gestion de la Relation Client du CRTL, partagée avec l'ensemble des ADT associées au projet tout au long de l'année 2020 et 2021, pour mettre en œuvre avec elles - en y intégrant leurs propres objectifs -, prévoit un dispositif global au service de la performance des territoires.

Ce dispositif de GRC d'articule autour des chantiers suivants :

- Collecte et partage de contacts optin, segmentation, qualification et optimisation des bases contacts prospects et clients,
- Plans de marketing relationnel partagés pour définir les clientèles cibles, les messages et offres adaptés, les supports de promotion, les KPI, les plannings et budgets,
- Création d'une base de connaissance et de contacts clients régionale mutualisée,
- Développement des expertises techniques.

Référent : Marc Lemesle

marc.lemesle@crtoccitanie.fr



Le voyage comme nouveau positionnement de communication pour la destination Occitanie Sud de France



Depuis 2018, le CRTL s'est projeté dans une vision innovante du tourisme de demain : celle d'un tourisme généreux ; d'un tourisme qui préserve les milieux et les cultures ; d'un tourisme dont les habitants sont les principaux acteurs et les premiers bénéficiaires. Il a ainsi engagé une réflexion vers un nouveau concept pour incarner la destination Occitanie Sud de France, celui de l'Occitanité ; un néologisme réunissant les valeurs d'hospitalité, de convivialité, de rencontres, de bien-être, de responsabilité... « à la mode » occitane.

Avec l'arrivée de la crise sanitaire, le CRTL a dû réagir en urgence afin d'affronter la disparition brutale des clientèles étrangères lointaines et, dans une moindre mesure, la désaffection quasi-totale des touristes européens, en recentrant ses objectifs sur la clientèle française et tout particulièrement sur les habitants d'Occitanie.

Du tourisme au voyage : consommer ses vacances autrement en Occitanie.

« Le but du voyage n'est pas de poser le pied sur une terre étrangère. C'est finalement de poser le pied dans son propre pays comme s'il s'agissait d'une terre étrangère »,

Gilbert Keith Chesterton.

Rencontres, partages, authenticité, durabilité... sont au cœur de la nouvelle façon de concevoir ses vacances au point de considérer désormais les touristes comme des voyageurs. Outre leur vocation de base : se reposer, se détendre, se ressourcer, faire un break..., les vacances et les loisirs jouent désormais un autre rôle et deviennent des créateurs de lien social, les leviers d'une économie repensée et de développement durable.

En préemptant l'univers du voyage et en reprenant le concept d'une pérégrination telle que décrite par les pionniers du tourisme au XIXème siècle, le CRTL orchestre désormais toute sa communication autour des voyages qui font grandir au travers d'expériences pleines de sens, d'aventures exceptionnelles, de virées initiatiques à la rencontre de l'autre et de son univers.

Dans un contexte de forte concurrence entre les destinations touristiques, le CRTL a ainsi choisi d'installer en 2021 un nouveau positionnement pour promouvoir la destination Occitanie Sud de France autour de l'univers du voyage, confirmant son ambition de développer un tourisme porteur de sens qui offre la promesse de « voyages qui font grandir ».

Co-construite avec l'agence de communication « Les Dissidents », cette signature aisément mémorisable offre, au-delà d'un simple slogan, l'assurance de « voyager mieux » avec un réel bénéfice consommateur.

Ainsi, sont nés les Fabuleux Voyages.

Les « Fabuleux Voyages » : illustrations du nouveau positionnement de la destination Occitanie Sud de France.

« Les gens ne font pas de voyages, ce sont les voyages qui font les gens. »

John Steinbeck

Reposant sur le triptyque « Occitanité, Diversité et Responsabilité », la stratégie de communication du CRTL porte sur la construction d'une offre touristique identitaire présentée sous la forme de « Fabuleux Voyages » à vivre en Occitanie, déclinés par thématique, par saison, par territoire ou par activité.



Il s'agit aujourd'hui de nourrir le concept d'Occitanité, véritable ADN de la destination Occitanie Sud de France, en lui accolant deux nouvelles orientations – la diversité et la responsabilité – en phase avec les attentes des clientèles de demain.

Diversité, car le voyageur a plus que jamais besoin d'être étonné, séduit, enrichi intellectuellement ... Sortir des sentiers battus est l'un de ses moteurs. La diversité est une réalité qui nous distingue aussi des autres régions : grande comme un pays, l'Occitanie propose une infinie diversité de paysages, de cultures, de traditions, d'activités.

Conscient que le touriste de demain souhaitera inscrire son voyage dans un cadre responsable et durable, le CRTL entend proposer un développement économique raisonné qui profite aussi bien au visiteur qu'au visité. Ainsi, cette valeur qui nous engage autour des enjeux environnementaux et dans une approche sociale pour porter les valeurs de cet autre tourisme, plus respectueux des grands équilibres écologiques et sociétaux, constitue le 3ème pilier indissociable de ces Fabuleux Voyages.

Avec ses 4 univers de destination (mer, montagne, campagne, villes), ses innombrables pépites patrimoniales, ses sites insolites, secrets ou intimistes, ses 11 parcs naturels, l'Occitanie dispose d'une offre touristique et de loisirs exceptionnelle, capable d'attirer de nouvelles clientèles en phase avec ces orientations, de fidéliser ceux qui l'ont découvert ou de surprendre encore ceux qu'il n'est pourtant plus nécessaire de convaincre.

L'esprit de ces Fabuleux Voyages a été distillé dans toutes les prises de paroles du CRTL que ce soit au nom de la destination Occitanie ou en partenariat avec les territoires (campagne littoral, campagne slow tourisme, campagne vacances actives, campagne parcs naturels...) avec, à chaque fois, le souci de valoriser le mieux par rapport au plus.

Dans le même temps, le CRTL, surfant en toute logique sur l'univers des voyages, a opté pour nouveau nom de domaine www.voyage-occitanie.com renvoyant vers son site amiral qui a enregistré au cours de neuf premiers mois de l'année plus d'un million et demi de visiteurs qui ont vu plus de 4,5 millions de pages, soit une fréquentation de plus de 15% en 2021. Parallèlement, #VoyageOccitanie, mis en place en juillet dernier, rassemble déjà plus de 12 000 publications sur Instagram.

Et la mise en marché dans tout ça ?

Pour transformer cette intention de voyages, le CRTL a mis en ligne en juillet dernier, sa propre plateforme de réservations d'hébergements touristiques sans intermédiaire ni commission. Elle a pour ambition de répondre à une tendance grandissante de la part de la clientèle touristique souhaitant donner du sens à sa consommation touristique et privilégier, à prix équivalents, les démarches s'inscrivant dans une logique de circuit court et favorisant les retombées économiques locales.

Adossé à ce module de réservation, un lien vers le site de la SNCF-TER-Lio permet également de réserver directement son billet de train pour se rendre sur le lieu du séjour ou de visite, dans l'optique de favoriser des mobilités plus responsables.

Dans la continuité de sa nouvelle stratégie en faveur d'un tourisme de proximité, le CRTL a développé un ambitieux programme de promotion de l'Occitanie à l'attention des agences de voyages et tour-opérateurs nationaux.

voyage-occitanie.com



La Région aux côtés des acteurs du tourisme

ACCOMPAGNEMENT D'URGENCE ET SOUTIEN DE LA RELANCE



Fonds de solidarité Occitanie*

Dispositif de solidarité exceptionnel mis en place par la Région Occitanie durant la crise pour venir en aide aux petites entreprises en complétant les aides de l'État. **3 185** entreprises touristiques soutenues.
8,4 M€.



Aide aux loyers*

Jusqu'à 1 000 € d'aides ayant bénéficié à **11 189** commerces, restaurants, professionnels de l'événementiel.
8,8 M€.



L'OCCAL :

Fonds partenarial avec la Banque des territoires, les départements et les intercommunalités d'Occitanie, pour aider à la reprise de l'activité, doté de **80 M€**.
15 022 entreprises touristiques, commerces, artisanat de proximité, événementiel, culture... dont aides aux loyers pour un total de **45,3 M€**.



Pass Rebond, Pass Relance ou Contrat

pour accompagner les entreprises touristiques en s'adaptant à l'évolution de la situation. **780** dossiers déjà votés en 2020-2021 pour un montant d'aides de **47 M€**.



Promotion de la destination Occitanie,

via le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie.
3,5 M€ en 2021 et **3 M€** en 2020.

SOUTIEN AU POUVOIR D'ACHAT



Carte Occ'ygène

pour renforcer le tourisme en Occitanie et aider les familles les plus fragiles. En 2020 : près de **45 000** cartes distribuées, soit **100 000 personnes** ayant bénéficié de ce dispositif, et plus de **330** prestataires touristiques partenaires.

Dispositif prolongé et adapté pour la saison 2021.



Opération 1ers départs en vacances

+ de **2 000 enfants** de familles modestes, entre 6 et 17 ans, accompagnés en 2020 par la Région dans le cadre de cette opération portée par l'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (UNAT).

Dispositif reconduit pour la saison 2021.



Transports régionaux à petits prix :

dès juin 2020, **1 million** de billets à **1 €** proposés par la Région et la SNCF aux voyageurs des week-ends de juin et septembre et aux jeunes pendant les mois de juillet et d'août. Le tarif de l'ensemble du réseau de cars IIO a également été **réduit à 2 €** dès juillet et de façon définitive.

Dispositif reconduit pour la saison 2021.

AIDE À LA TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE



Plan Lourdes :

doté de **20 M€** par la Région. **47 actions prévues** avec l'État et les partenaires locaux : soutien aux entreprises, promotion-communication, requalification urbaine et projets structurants, mobilité, formation et emploi dont saisonniers...



Aide au secteur du thermalisme

Plan de relance et de transformation doté de **40 M€** pour soutenir la modernisation, la relance, le développement et la promotion du thermalisme en Occitanie sur les prochaines années.
11 projets actuellement à l'étude.



Aide aux acteurs de la montagne

10 M€ pour accompagner les stations de montagne depuis le début de la crise. Intensification des actions 4 saisons en faveur des stations grâce à la Compagnie des Pyrénées et à l'Agence des Pyrénées.



Fonds Tourisme :

Abondé pendant la crise et doté de **111 M€** au total pour soutenir les projets d'investissements structurants des acteurs du tourisme, avec un effet de levier attendu de **300 M€** et **400 M€**.
Plus de 180 dossiers retenus ou en cours d'instruction : **27** dossiers d'ores et déjà financés pour **21 M€**.



Plan Littoral 21 :

Lancé conjointement en 2017 par l'État, la Région Occitanie et la Banque des Territoires, pour soutenir notamment le développement de solutions innovantes par et pour les acteurs du littoral. Près de **640 projets** déjà soutenus pour un investissement de plus de **1 Md€**, dont **460 M€** de la Région Occitanie. En 2021, l'État et la Région ont lancé l'appel à projet « Tourisme Mer & Littoral » visant à améliorer l'attractivité touristique du littoral. La Région soutient cette 1^{re} édition à hauteur de **1 M€**.

145 M€ mobilisés en faveur du tourisme depuis le début de la crise.

En 2021, la Région poursuit ses aides en faveur du secteur touristique.



* Mesures exceptionnelles en 2020.



Destination Occitanie

Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

voyage-occitanie.com

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)
64, rue Alcyone • CS 79507
F • 34960 Montpellier Cedex 2

SITE DE TOULOUSE
15, rue Rivals • CS 78543
F • 31685 Toulouse Cedex 6



#TourismeOccitanie

