

Pôle de l'information, des études, de l'observation - 3D

3D : LA DATA AU SERVICE DE LA TRANSFORMATION DU TOURISME

La data est au cœur de l'écosystème numérique touristique. Elle nourrit les stratégies des destinations, alimente les démarches numériques et enrichit les outils de connaissance et de décision.

DATA > DÉCISION > DESTINATION [3D] : CONNAÎTRE POUR AGIR...

Le pôle 3D :

- Se positionne comme un centre de ressources au service des acteurs du tourisme et en premier lieu des services du CRTL.
- Alimente et permet d'adapter une réflexion stratégique régionale plus agile face aux aléas de l'activité.
- Collecte, traite et analyse la data touristique dans toutes ses composantes pour contribuer à la mise en œuvre des missions de CRTL et fournir aux acteurs du tourisme des outils de connaissance, de professionnalisation et d'aide à la décision, ainsi que des contenus informatifs de qualité.

Principe fondamental et méthodologique de son action, le pôle anime et coordonne :

LE RÉSEAU DES OBSERVATOIRES DU TOURISME

LE RÉSEAU D'INFORMATION TOURISTIQUE RRIT

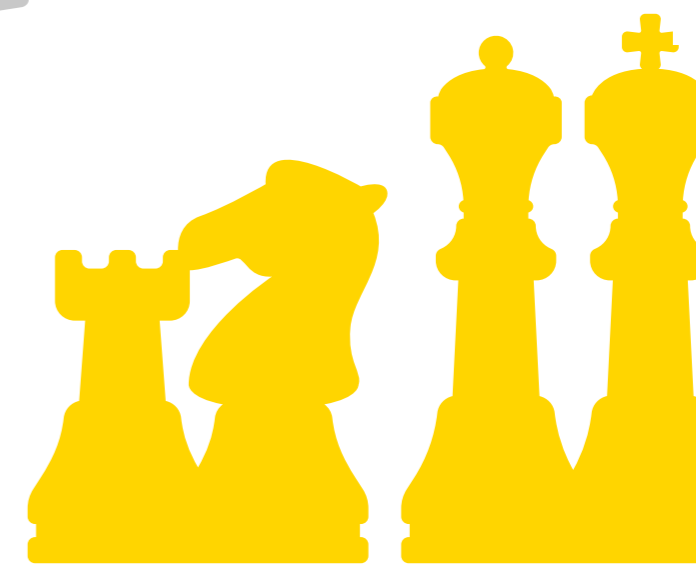
LE RÉSEAU DES UNIVERSITÉS ET DES ÉCOLES

LE RÉSEAU DES OGD

Cette approche collective et concertée permet de favoriser les échanges sur les méthodologies, harmoniser les calendriers d'actions, rechercher des synergies, mutualiser des moyens, et enrichir le programme régional.

COMPRENDRE
INNOVER
AGIR

Gouvernance Agir Innover
mobilités Se situer
Comprendre Évoluer Sobriété
Durable Piloter les activités
Prendre des décisions stratégiques
Collectif Se repositionner transition
Prospective Se former
Anticiper



DÉFIS

Mettre la data et l'expertise du pôle 3D au service des chantiers prioritaires du CRTL et de la transformation du tourisme

ENJEUX STRATÉGIQUES

Enrichir la connaissance et développer les outils d'aide à la décision
Élargir le champ de l'analyse économique du tourisme

A travers les actions décrites dans les pages suivantes, le pôle 3D contribue en appui méthodologique, en apport d'indicateurs et d'analyse aux différentes actions du CRTL, dans le cadre d'une approche transversale aux pôles. Cette transversalité s'exprime notamment dans les dimensions suivantes :

- **L'Innovation touristique**
 - >> Catalyseur
 - >> Veille
 - >> Nourrit tous les projets

- **La prise en compte de la démarche RSE**
 - >> Dans nos projets
 - >> Dans nos pratiques
 - >> Dans nos développements
- **Dimension Collaborative**
 - >> Réseaux
 - >> Chantiers
 - >> Universités
 - >> Mutualisation des technologies

OBSERVER, COMPRENDRE, AGIR... POUR QUI ? POURQUOI ?

Ils cherchent des clés...

- Le CRTL : Direction, Pôles, CA, Clubs...
- Les organismes de tourisme (ADT, OT, ...)
- Les territoires (PNR, Grands Sites, Canal du Midi, ...)
- Le Conseil Régional
- Les porteurs de projets
- Les entreprises touristiques
- Les filières
- Les élus
- Les journalistes
- Les étudiants et enseignants
- Les bureaux d'études
- Les habitants
- Les actions clés du pôle 3D pour 2022

Pour quels usages ?

- Comprendre
- Se situer
- Piloter une activité
- Anticiper
- Se former
- Se repositionner, évoluer
- Prendre des décisions stratégiques
- Entreprendre
- Fluidifier les échanges de données et en faciliter l'exploitation
- Agréger ou relier les données entre-elles
- Comprendre et analyser les données touristiques beaucoup plus rapidement
- Augmenter la productivité de tous en analyse et en ingénierie

QUELQUES ACTIONS CLÉS DU PÔLE 3D POUR 2022

HIT

• LE HIT : 1ER HUB TOURISTIQUE REGIONAL, « BIENVENUE DANS LA SAISON 2 »

- Valider l'approche HIT
- Connecter les données de l'observation et de l'économie touristique.
- Connecter les données sur la Mobilité et le Tourisme durable.
- Ouverture d'un outil de pilotage aux acteurs partenaires.
- Générer de nouveaux services

Innovation & enjeux de la data



• DÉPLOIEMENT DES SERVICES DATA : PARTENARIAT, SOURCEUR, DIFFUSEUR

- Création de services via l'opportunité des croisements et enrichissements datas
 - Consolidation de l'interopérabilité via du conventionnement, process qualité.
 - Renforcement de la diffusion datas régionales
- Innovation & enjeux de la data / Enjeux croissance, nouveaux indicateurs**



• PROFESSIONNALISATION : METTRE L'OFFRE EN ADEQUATION AVEC LA DEMANDE

- Harmonisation des programmes de formations (Région, CRTL, ADT/OT, CCI, OPCO, fédérations)
- Élargissement des publics cibles : entreprises du tourisme, commerçants et habitants
- Accent mis sur les thématiques avec un enjeu plus fort : tourisme durable, Occitalité, démarches de qualification
- Utilisation des formats digitaux (e-learning) et formats courts (webinaires, ateliers online).

Innovation et performance collective des acteurs



• UN NOUVEAU DISPOSITIF DE MESURE DE LA PERFORMANCE TOURISTIQUE

- Investigation de nouveaux champs d'analyse : volets environnemental social et économique
- Élaboration d'un tableau de bord de suivi de la performance touristique
- Valorisation des travaux

Nouveaux indicateurs, Enjeux croissance, Innovation & enjeux de la data



• 1ER OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME DURABLE

- Sélection et création d'indicateurs
- Mise en place du processus de collecte et de suivi des indicateurs
- État des lieux de l'offre responsable
- Valorisation des travaux
- Formation-action de l'équipe 3D-Observatoire

Innovation & enjeux de la data / Tourisme durable, Nouveaux indicateurs



• LE CRTL OCCITANIE CRÉE DES SYNERGIES AVEC LES ENTREPRISES, LES UNIVERSITÉS ET LES ÉCOLES

- pour co-construire le tourisme de demain - les jeunes, une priorité absolue !
- Un cycle de Podcast « les Têtes chercheuses » sur les regards croisés de chercheurs et de professionnels sur thématiques prioritaires
- 4ème édition des rencontres tourisme universités en partenariat avec le Rectorat d'Académie
- Un spécial hors-série Espaces consacré aux étudiants valorisant les talents et les formations tourisme dans les Universités d'Occitanie distribué aux principaux décideurs de la région.

- Le pack étudiant

Innovation et performance collective des acteurs



• L'ANIMATION DU RÉSEAU DES OGD

(Organismes de Gestion des Destinations)

- Sujets prioritaires du collectif : durable, marketing services, relation aux élus, lieux d'accueil et lien aux habitants
- Création d'un parcours de professionnalisation des Relais Territoriaux (RT) :
 - >> Accompagnement dans le développement de l'écoute client qualitative pour faire remonter les besoins en formation des OT
 - >> Formation collective RT+ GT interne OT sur le travailler ensemble et l'intelligence collective

Innovation et performance collective des acteurs

1 GÉRER LA DONNÉE - LE HIT SAISON 2

ORGANISER ET METTRE EN MOUVEMENT LA DATA AU SERVICE DE LA DESTINATION

La data est présente et s'enrichit à chaque étape d'un cycle de consommation touristique qui a considérablement évolué avec la digitalisation des fonctions touristiques et la mobilité.

La data constitue le socle de la connaissance client et donc de la stratégie marketing des destinations et des entreprises touristiques.

La data en mouvement...

Mieux organisée, exploitée, croisée, la data permet d'envisager des usages de plus en plus riches au regard des besoins des acteurs du tourisme dans une logique de smart destination.

En élargissant les sources de données et en favorisant des interactions plus dynamiques, la data peut nous permettre d'une part de proposer un parcours client plus complet mais aussi plus vertueux au regard des objectifs de la Région en termes de durabilité du tourisme ; et d'autre part de mettre en œuvre des outils de connaissance et des dispositifs de pilotage de l'activité plus pertinents et réactifs.

Il est donc indispensable de mettre en relation, simplement, dynamiquement, les sources d'informations disponibles et les usages (clients, OGD et entreprises).

La prochaine étape du développement du HIT consiste à doter l'architecture de fonctionnalités liées à l'observation économique, via notamment une approche géographique.

Les usages envisagés et les nouveaux services générés concernent potentiellement tous les acteurs du tourisme, des touristes aux habitants, en passant par les entreprises touristiques, les élus, les journalistes...

En outre, cet objectif opérationnel se double d'un objectif collectif stratégique visant à affirmer la valeur ajoutée de nos organismes et de notre réseau de collecte pour une gestion innovante de l'information touristique au bénéfice de tous les utilisateurs.

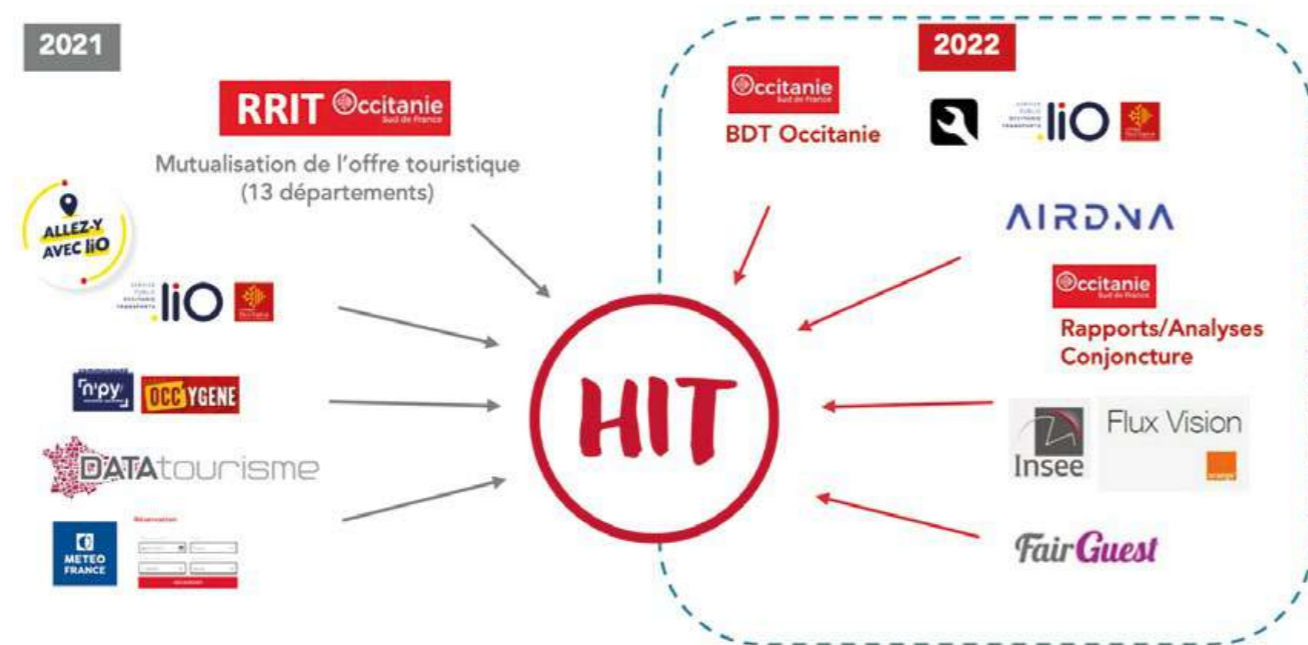
Comme lors de la première phase, le HIT se construit en mode agile, sur la base de preuves de concept (POC) visibles et opérationnelles.

En outre, le CTRL s'engage dans une approche plus collaborative, voire coopérative du développement, permettant d'intégrer des apports en data, méthodologiques ou même technologiques de la part de partenaires du projet (POC en cours de réalisation avec l'ADT du Lot).

La connexion de données économiques territorialisées au HIT se matérialisera par des fonctionnalités d'observation.

Innovant et précurseur d'une tendance forte (le concept de hub) autour de la gestion de la data touristique, le HIT Occitanie a vocation à être un outil transversal pour le CTRL et ses partenaires.

Il est totalement compatible et interopérable avec les projets nationaux (Datatourisme, Datahub Atout France) dont les objets, les calendriers et les pilotages sont différents.



2 OBSERVER ET ANALYSER L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE

UNE NOUVELLE APPROCHE DE LA PERFORMANCE POUR LE TOURISME EN OCCITANIE

Dans un contexte où le développement durable devient un enjeu majeur et le socle des politiques publiques, le modèle de croissance du tourisme ne peut plus se limiter à un objectif d'augmentation linéaire des retombées économiques à une échelle régionale.

Cette approche nouvelle repose donc sur un double enjeu qui peut dans certains cas se révéler antinomique : favoriser le développement économique du secteur touristique (entreprises et territoires) tout en limitant les externalités négatives qu'il génère.

Pour être performant le secteur touristique doit remplir, entre autres, les conditions suivantes :



LES CONDITIONS À REMPLIR

> Limiter son coût environnemental (acheminement, infrastructures, pression sur les milieux)

> Générer une économie dont les bénéfices (financiers, sociaux) vont en priorité aux territoires et aux acteurs locaux,

> S'appuyer sur une approche territoriale fine et différenciée, dans le cadre d'une gouvernance partagée intégrant toutes les parties prenantes (y compris les habitants).

> Créer entre le voyageur et les territoires un lien de responsabilité, voire d'appartenance.

> Permettre au plus grand nombre d'avoir accès à des expériences mémorables et enrichissantes.

> S'appuyer sur des acteurs engagés dans des démarches vertueuses et mesurables (labels)

LES CAPACITÉS À DÉVELOPPER

EXTERNALITÉS NÉGATIVES

- Mesurer le bilan carbone des déplacements des touristes
- Mesurer la qualité environnementale des infrastructures / hébergements
- Mesurer les consommations et rejets (d'eau, d'énergie, de matières premières)
- Favoriser la mise en place des mesures incitatives (ex. transports)

EXTERNALITÉS POSITIVES

- Mesurer plus finement l'impact économique éco du tourisme sur les territoires (injection vs fuites) et ses bénéficiaires
- Mesurer l'emploi touristique (permanent, saisonnier, de complément) plus précisément (emplois dépendants directement et indirectement de la fréquentation touristique)
- Mesurer la « santé » économique des entreprises

GOVERNANCE PARTAGÉE

- Disposer d'indicateurs territoriaux à une échelle fine
- Identifier TOUTES les parties prenantes
- Mesurer la satisfaction des acteurs : habitants, entreprises, touristes

GESTION DE LA RELATION CLIENT GRC

- Identifier les visiteurs / voyageurs / touristes / habitants consommateurs de la destination
- Mesurer le lien entre le consommateur et la destination (GRC)

EXTERNALITÉS POSITIVES

- Identifier une offre qualitative adaptée
- Mettre en place des outils incitatifs ?
- Accompagner les acteurs et les voyageurs

ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS

- Identifier les démarches qualité de référence (labels)
- Identifier les entreprises engagées dans ces démarches
- Mesurer les effets de ces dynamiques



DE NOUVEAUX CHAMPS À INVESTIR, DES OUTILS À ACTIVER

LES INDICATEURS DU TOURISME DURABLE

- Mesurer le bilan carbone des déplacements des touristes
- Mesurer la qualité environnementale des infrastructures / hébergements
- Mesurer les consommations et rejets (d'eau, d'énergie, de matières premières)
- Faciliter la mise en place de mesures incitatives (ex. transports)
- Accompagner les acteurs dans leur transition
- Identifier les démarches qualité de référence (labels)
- Identifier les entreprises engagées dans ces démarches
- Mesurer les effets de ces dynamiques

ANALYSE SOCIO-ÉCONOMIQUE TERRITORIALE / « SANTÉ » DES ENTREPRISES

- Mesurer plus finement l'impact économique du tourisme sur les territoires (injection vs fuites) et ses bénéficiaires
- Mesurer l'emploi touristique (permanent, saisonnier, de complément) plus précisément (emplois dépendants directement et indirectement de la fréquentation touristique)
- Mesurer la « santé » économique des entreprises
- Disposer d'indicateurs territoriaux à une échelle fine

L'ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

- Identifier les parties prenantes
- Identifier et analyser les visiteurs / voyageurs / touristes / consommateurs de la destination
- Mesurer la satisfaction des acteurs : habitants, entreprises, touristes
- Mesurer le lien entre le consommateur et la destination (GRC)
- Identifier une offre qualitative adaptée
- Favoriser la mise en place de démarches marketing incitatives
- Accompagner les acteurs et les voyageurs
- Identifier les démarches qualité de référence (labels)
- Identifier les entreprises engagées dans ces démarches
- Mesurer les effets de ces dynamiques (?)

DES PROJETS D'ÉTUDES

Dans le cadre de partenariats au niveau régional (CRTL et partenaires) :

- Étude sur les clientèles étrangères (6 marchés prioritaires)
- Dans le cadre de partenariats au niveau national / inter-régional :
- Enquête Compostelle (ACIR et inter-régions)
- Volet quantitatif de l'étude « Nouvelles Aspirations des Français en matière de vacances » (ADN, UNAT et multi-CRT, piloté par CRT Bretagne)
- Intentions de départs des Français (ADN et multi-CRT, piloté par CRT Bretagne)

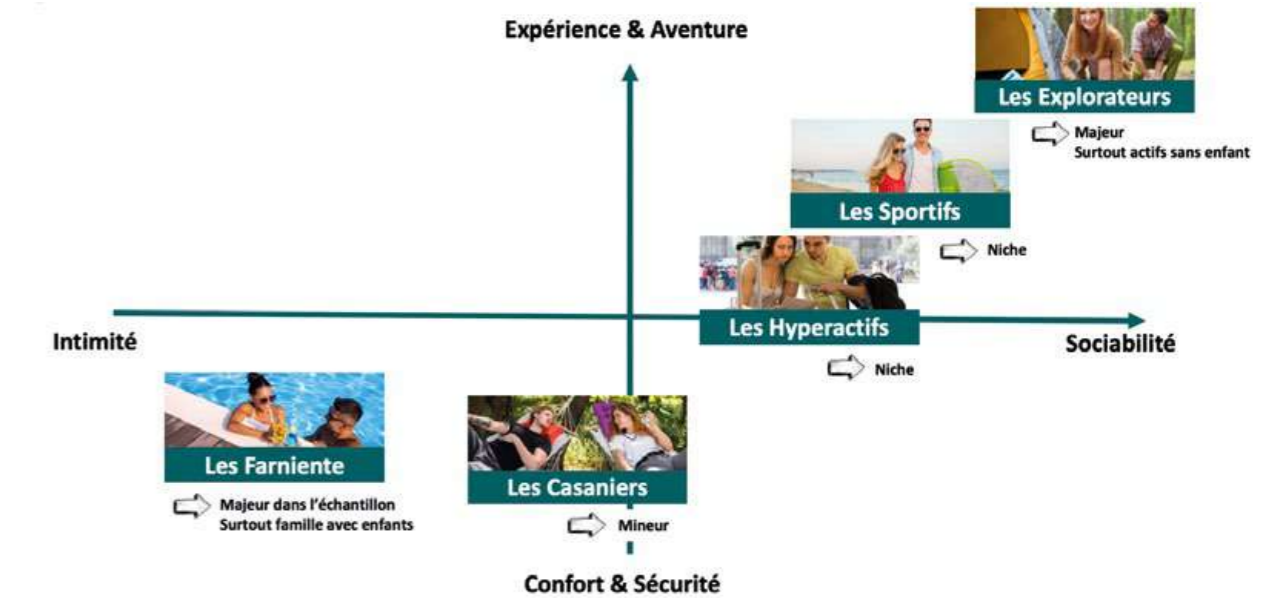
DES PRINCIPES D'ACTION

- Garder la maîtrise des données et des traitements : équilibre entre données collectées en interne, big data et achat de données
- Fournir des indicateurs toujours plus pertinents et utiles dans les processus de décision
- Maintenir nos réseaux de partenaires tout en faisant évoluer nos collaborations pour concrétiser les indicateurs de demain et adapter nos analyses.
- Optimiser les diffusions de l'observatoire
- Ne plus se restreindre aux données de fréquentation et intégrer des données issues de notre Observatoire du Tourisme Durable dans nos bilans et points de conjoncture.

DES PISTES DE RÉFLEXION

Et enfin, pourquoi ne pas imaginer un indicateur nouveau, qui s'intéresse au cœur plus qu'aux chiffres, qui conte au lieu de compter et qui nous permette de s'élever un peu ! Le BIB, le Bonheur Intérieur Brut, un indicateur qui dit notre attachement à cette région, à notre volonté de préserver ses richesses mais aussi de partager ses valeurs, y compris celle de l'hospitalité. Ce voyage qui nous fait grandir, c'est aussi celui qui replace le tourisme à une place plus juste, soucieuse des équilibres, consciente des efforts à fournir, fière des valeurs sociales que véhicule l'activité.

Comment le mesurer, c'est une autre histoire...



Source : Les nouvelles aspirations des Français en matière de vacances - Enquête réalisée par OpinionWay pour le CRT Bretagne en partenariat avec ADN, les UNAT et CRT de France »



3 ACCOMPAGNER L'INNOVATION

POURSUITE DES TRAVAUX DU GROUPE INNOVATION ET PROSPECTIVE

Objectif principal du groupe chantier :

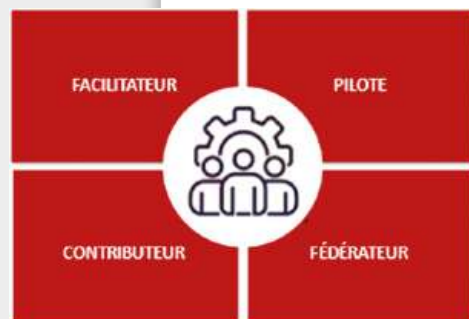
ÊTRE UN CATALYSEUR POUR CRÉER UN ECOSYSTÈME D'ACTEURS DE LA PROSPECTIVE ET DE L'INNOVATION TOURISTIQUE EN OCCITANIE

5 problématiques prioritaires identifiées par le groupe :

- Culture de l'innovation
- Mobilités/Intermodalités
- Comportement des clientèles
- Transformation du tourisme
- Gouvernance

Prochaines étapes :

- Élargir le groupe aux partenaires externes (Lab'Occ ?)
- Définir une gouvernance « innovante » du groupe de travail : participative, coopérative, transversale et convergente
- Communiquer sur la démarche (webinaires, podcast...)
- Faire le lien avec les événements thématiques : Campus de l'Innovation Touristique, Convergences, Rencontres Tourisme Universités
- Mettre en place des actions de veille et de benchmark
- Construire un programme d'actions collectives régional qui soit aussi un point de convergence des actions menées dans la dynamique des réseaux de partenaires et des projets internes au CRTL



4 ACCOMPAGNER LA PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS

LE CRTL : LA RESSOURCE FORMATION POUR LES PROFESSIONNELS DU TOURISME

4.1 ÉLARGIR LE CHAMP DE LA PROFESSIONNALISATION

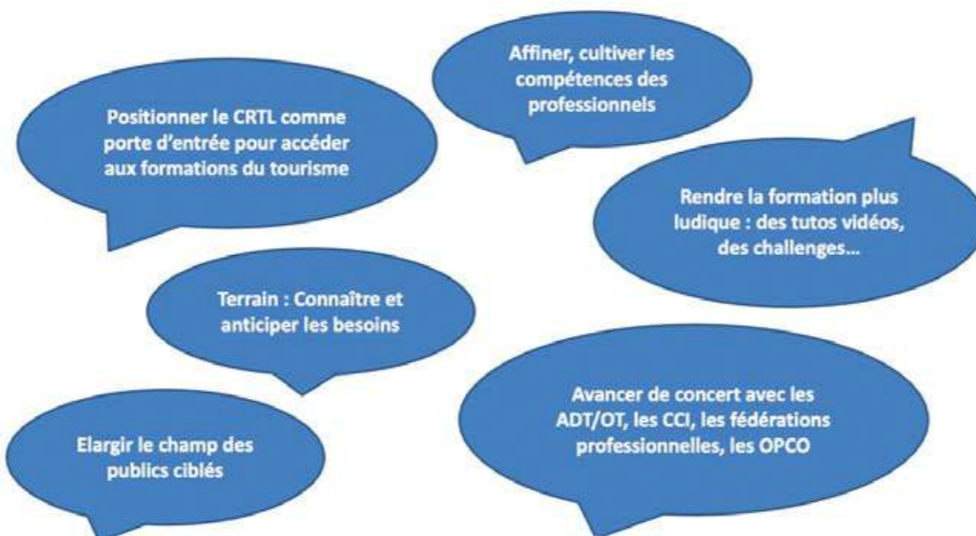
LE CONTEXTE :

- Un CRTL dont la légitimité pour la formation est reconnue par les Offices du Tourisme et qui a obtenu la certification Qualiopi* par l'auditeur AFNOR en septembre 2021 pour les actions de formation (PRF) réalisées à destination de ce public., mais qui n'est pas encore positionné pour cette fonction auprès du secteur privé.
- Une explosion récente des formats digitaux : E-learning, tutoriels vidéo, webinaires

- La multiplication des organismes de formations privés ou publics et des aides au financement de formations = difficultés à s'y retrouver pour les petites entreprises
- Une expérience de crise sanitaire ainsi qu'une évolution des comportements d'achat et des attentes qui mettent à jour le besoin de faire évoluer les compétences.

LES ENJEUX À L'HORIZON 2025 :

- Poursuivre l'engagement dans la démarche qualité Qualiopi pour le public des OGD en vue du maintien de la certification
- Positionner le CRTL comme porte d'entrée pour accéder aux formations du tourisme
- Affiner, cultiver les compétences des professionnels



*La Certification Qualiopi, obligatoire à partir du 1er janvier 2022 pour tout organisme dispensant des formations et sollicitant des fonds publics ou mutualisés, atteste de la qualité du processus mis en œuvre par les prestataires d'actions concourant au développement des compétences.

- Rendre la formation plus ludique en proposant des alternatives et des compléments au Programme Régional de Formation : des tutos vidéos, des challenges...
- Terrain : Connaître et anticiper les besoins
- Élargir le champ des publics ciblés
- Avancer de concert avec les ADT/OT, les CCI, les fédérations professionnelles, les OPCO

Quelques objectifs à court et moyen terme

- Étendre le public ciblé aux acteurs privés et à des publics mixtes (public/privé). Et plus tard aux commerçants hors tourisme et aux habitants.
- Proposer des formats courts, digitaux et interactifs.
- Utiliser les solutions innovantes de E-learning.
- Impliquer les partenaires (OT, fédérations, OPCO et CCI) dans la remontée des besoins et la définition du programme pour les acteurs privés.
- Alimenter la chaîne Youtube du CRTL : Bibliothèque de contenus partagés, tutoriels « Comment ça marche ? » (sur l'utilisation d'outils de com par exemple), replay de séminaires, et interviews.
- Faire des professionnels eux-mêmes des formateurs : Partages d'expériences.
- Mettre en œuvre des programmes thématiques spécifiques : Tourisme durable, Tourisme pour tous, Occitalité et valorisation de la destination.
- Faire le lien avec des acteurs privés présents sur la formation continue : Eloha, Airbnb, Google Formations, Ododo...
- Varier les intervenants : proposer un panel de formateurs élargi avec des interventions d'experts hors tourisme sur les formats courts de type webinaires.
- Organiser un événement annuel, type Assises de la formation touristique ?

4.2 DÉVELOPPER LES SYNERGIES AVEC LES UNIVERSITÉS

Créer un programme d'action avec le réseau des Universités-Ecoles-Campus des métiers pour la performance collective des acteurs.

GOVERNANCE

Le Copil : Représentants Universités, Région, Écoles Adhérentes, et CRTL
À élargir aux OGD en lien avec le programme d'animation des OGD

Le Cotech : Mise en place des actions opérationnelles décidées en COPIL

ACTIONS OPÉRATIONNELLES

Rencontres Tourisme Universités - 4ème édition : Tables rondes thématiques entre enseignants et professionnels du tourisme. Cf bilan qualitatif de l'édition 2021 pour évolutions possibles et actions correctives.



Les « têtes chercheuses » - nouveau format

Sur le principe des regards croisés entre enseignants chercheurs et professionnels qui a fait ses preuves au cours des deux dernières années et toujours sur le thème d'un tourisme en transition, proposer une série de 4 ou 5 podcast de 30 minutes maximum durant l'année (approfondissement des thèmes abordés lors des sessions précédentes, nouveaux sujets)
+ 2 webinaires thématiques (en lien avec Lab'Occ / groupe prospective et innovation)

Pack étudiant mise en place premier trimestre comprend
- Ouverture aux événements professionnels du CRTL
- Offre accès gratuit à la revue espaces pour les étudiants d'Occitanie
- CV des meilleurs travaux dans le Hors-Série Étudiant

Hors-série Étudiant : renouvellement de l'opération de partenariat avec la Revue Espaces. Nouvelle rubrique : Que sont-ils devenus ? (où en sont les étudiants des éditions précédentes ou d'anciens élèves devenus pros en région)

Centre ressources CRTL : sourcing auprès des Universités sur les documentations à mettre en lien pour le Centre Ressource du CRTL

Mise en relation B to B : Recherche de partenariat avec Écoles, mise en relation Ecole/OGD : Ecole CRTL (stages, projet tuteurés...); Partenariat presse spécifique (travail avec la presse spécialisée voir avec presse universitaire).



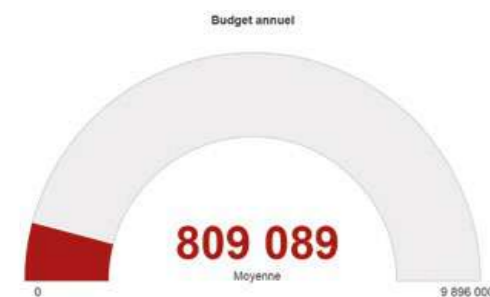
L'ANIMATION DU RÉSEAU DES OGD ET DES RELAIS TERRITORIAUX (RT)

DÉVELOPPER UNE CULTURE DE LA COOPÉRATION ET DU FAIRE ENSEMBLE

Radioscopie 2022

Mise à jour de la radioscopie des Offices de Tourisme

Collecte et analyse d'informations concernant les OT d'Occitanie (statuts, emploi, kpis, ...) de manière à dresser un tableau complet du réseau.



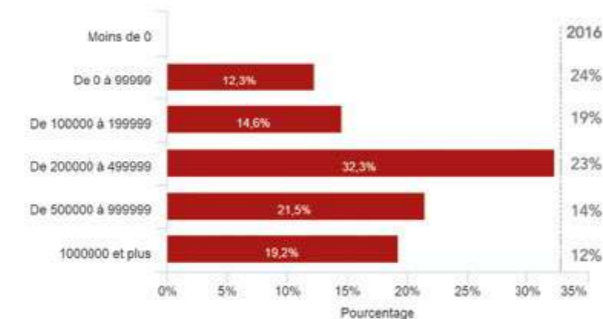
Budget moyen par département



La radioscopie pourra être étendue dans un second temps aux collectivités territoriales. Pour les OT participant à la démarche piLOT, les données collectées pourront être directement récupérées dans la plateforme.

Animation team RT

- Relais radioscopie
- Tournée des référents début 2022
- Sujets prioritaires du collectif : durable, marketing services, relation aux élus, lieux d'accueil et lien aux habitants



Part de la masse salariale dans les dépenses



- Création d'un parcours de professionnalisation des RT :
 - >> Accompagnement dans le développement de l'écoute client qualitative pour faire remonter les besoins en formation des OT
 - >> Formation collective RT+ GT interne OT sur le « travailler ensemble » et l'intelligence collective

Réalisation d'une infographie des référents OT à l'échelle régionale

- Référents internes au CRTLO
- Relais Territoriaux
- Présentation du référent, son contact, ses missions liées aux OT
- Finalités : esprit guichet unique

Centre de ressources

- Identifier les sujets attendus et renvoi vers supports existants (MONA, Trajectoire, ADN tourisme, ...)
- >> Veille et partage d'informations
- >> Vers une boîte à outils (réflexion sur le type d'outils et la stratégie de communication interne à définir)
- Vers un guichet unique (infographie et groupe team RT ouvert en interne, supports mutualisés, ...)
- Formation, professionnalisation, qualification aux bénéficiaires des OT
- Outils et solutions innovantes et retour d'expériences des OT (ex : Dahub dans l'Hérault)
- Vie du réseau :
 - >> Focus territoire à l'honneur
 - >> Diffusion d'infos en interne (pertinence de NL, possibilités d'autres outils plus interactifs : groupe Facebook, ...)

Organisation

- Politique et stratégique :
 - >> Tournée des partenaires. Objectif : débloquer des moyens humains sur l'évolution du collectif team RT et réfléchir au modèle économique possible (valorisation des ressources internes des ADT/CDT au bénéfice du réseau régional)
 - >> Finalités : convention 2023

- Objet coopératif : définir ensemble la raison d'être de ces instances

- >> Team RT : parcours de montée en compétences
- >> Lab'Occ = GT OT volontaires + GT interne prospective
- >> Otaqué : groupe interne CRTLO

Innovation, prospective

- Lab'Occ et/ou groupe prospective interne CRTLO
- Ouverture partenariale avec les chaires scientifiques (Optima, A&NMP) - terrain de thèse

Soutien à la recherche

- Accueil d'une doctorante dans le cadre d'une bourse CIFRE pour 3 ans
- Sujet de la thèse : *La gouvernance de la performance publique, une forme hybride de management de la performance globale pour les territoires touristiques. Le cas du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie*
- Thèse encadrée par Laurent Botti, maître de conférences HDR (CRESEM - UPVD) et Benjamin Drevet, professeur des universités (CEREGE, IAE Poitiers)

