

# Schéma de développement touristique et de loisirs

Actualisation (2023-2026)



**Tourisme**  
Coteaux du Girou





# Elaboration du Schéma de développement touristique



## Contextes

Prise de compétence communautaire en matière **de promotion du tourisme, dont la création d'office de tourisme** - 1er janvier 2017  
Création de **l'office de tourisme des coteaux du Girou** - avril 2017  
Elaboration d'un **diagnostic territorial** - année 2017



## Approbation

Décision du conseil communautaire en date du 6 avril 2018



## Périodicité du plan d'actions

2018-2020

# 1# Bilan du Diagnostic territorial



## Contexte d'élaboration

Diagnostic territorial réalisé en 2017

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>• La richesse patrimoniale et paysagère du territoire</li><li>• La richesse et la diversité de l'offre culturelle</li><li>• La qualité de certains prestataires (restauration et hébergement)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Une faible identité touristique</li><li>• La faiblesse de l'offre touristique</li><li>• Un territoire périurbain dépourvu de site touristique majeur en pleine activité</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Une identité territoriale à haut potentiel</li><li>• La proximité de l'agglomération toulousaine</li><li>• La proximité de flux touristiques majeurs</li><li>• Un projet d'hébergement structurant</li><li>• Des projets touristiques structurants d'avenir</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La concurrence des territoires de proximité et de sites touristiques de grande renommée</li><li>• La bonne fin des projets touristiques structurants d'avenir</li></ul>

# 9# Objectifs stratégiques



CONSTRUIRE UNE  
DESTINATION  
TOURISTIQUE



FAIRE MONTER EN  
GAMME L'OFFRE  
TOURISTIQUE



DÉVELOPPER UN  
MAILLAGE TERRITORIAL  
ET SECTORIEL DE  
L'OFFRE TOURISTIQUE



RENFORCER LES PÔLES  
D'ATTRACTIVITÉ



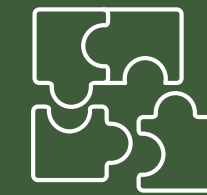
METTRE EN RÉSEAU LES  
ACTEURS  
SOCIOPROFESSIONNELS



ACCOMPAGNER LES  
PORTEURS DE PROJET



VALORISER LE  
TERRITOIRE DANS SES  
COMPOSANTES  
CULTURELLES,  
PAYSAGÈRES ET  
PATRIMONIALES



INSCRIRE LA POLITIQUE  
COMMUNAUTAIRE DANS  
LES SCHÉMAS  
TOURISTIQUES  
SUPÉRIEURS

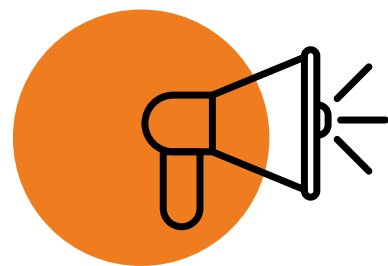


TRADUIRE LA POLITIQUE  
TOURISTIQUE DANS  
L'ACTION PUBLIQUE  
INTERCOMMUNALE





# 3# Axes opérationnels



La création d'une  
« **destination touristique  
Coteaux du Girou** » autour  
de 3 axes thématiques :

**Le tourisme vert**  
**Le tourisme patrimonial**  
**Le tourisme culturel et de  
terroir**



La création **d'un maillage touristique** de territoire sur la base  
de deux échelons :

**La structuration de 4 pôles d'attractivité touristique :**

la forêt de Buzet  
le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle (GR46)  
la cité de Verfeil  
le Domaine de Bonrepos-Riquet

**Un jalonnement touristique homogène du territoire :**

le déploiement d'un balisage patrimonial  
la promotion des chemins de randonnée  
la création de circuits routiers et aire(s) autocariste(s)  
le référencement et la promotion des hébergeurs,  
restaurateurs et autres services  
le référencement et la promotion des manifestations, marchés  
l'organisation ou la promotion de visites guidées thématiques



La montée en  
compétence de l'Office  
de Tourisme par **un  
classement en 3ème  
catégorie**



# 1# Plan d'actions

## 3# Volets

- #1 Accueil/Communication/Promotion
- #2 Services/Ressources
- #3 Développement/Support

2018

Mise en place du  
service

2019

Création d'un point  
d'accueil

Intensification de  
l'offre et de la  
promotion

2020

Fonctionnement  
courant du service

Tourisme  
Coteaux du Girou



# Actualisation du Schéma de développement touristique et de loisirs



# 1# Un environnement et des contextes en mouvement

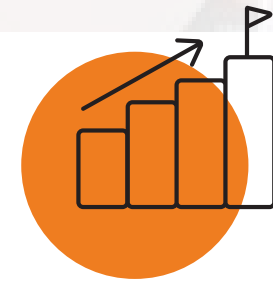


Des contextes nouveaux à considérer

**Evolution de contextes internes**

**Prise en considération de l'évolution des projets structurants**

**Evolution de contextes externes**



Des axes stratégiques à consolider et à réviser

**Montée en compétence de l'office de tourisme**

**Qualification de l'offre de territoire**



Des mesures d'ajustement à prescrire

**En matière de stratégie**

**En matière d'activité**

**En matière d'organisation**

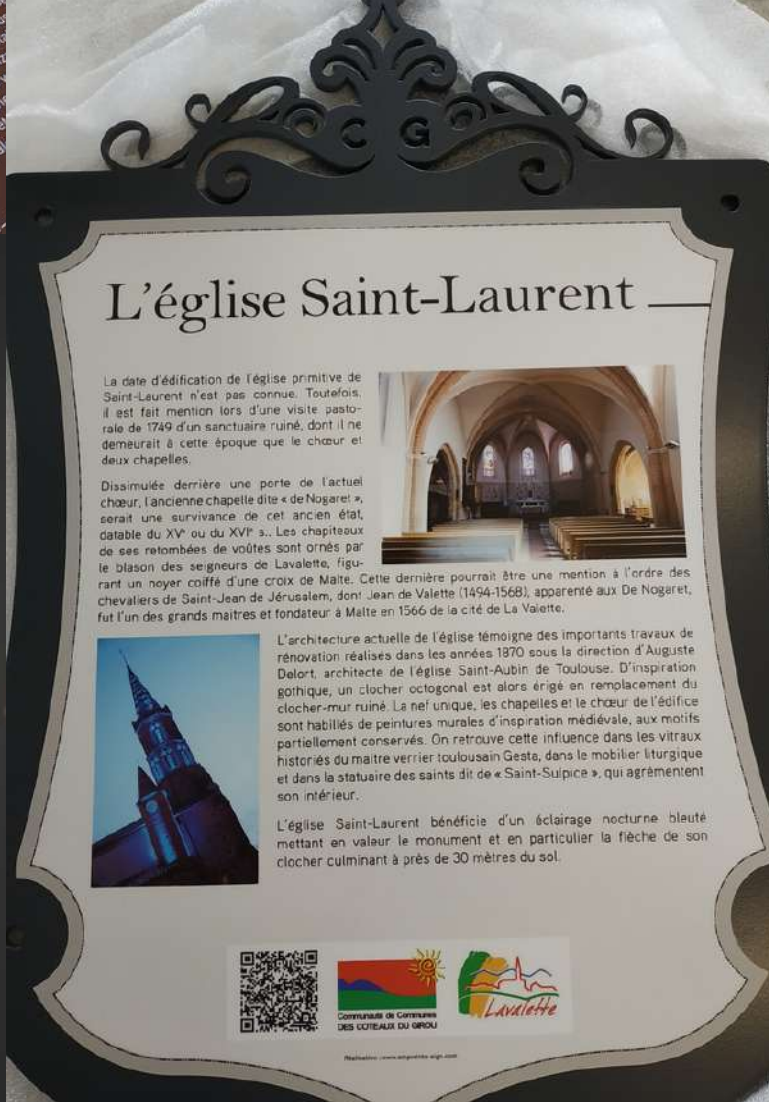
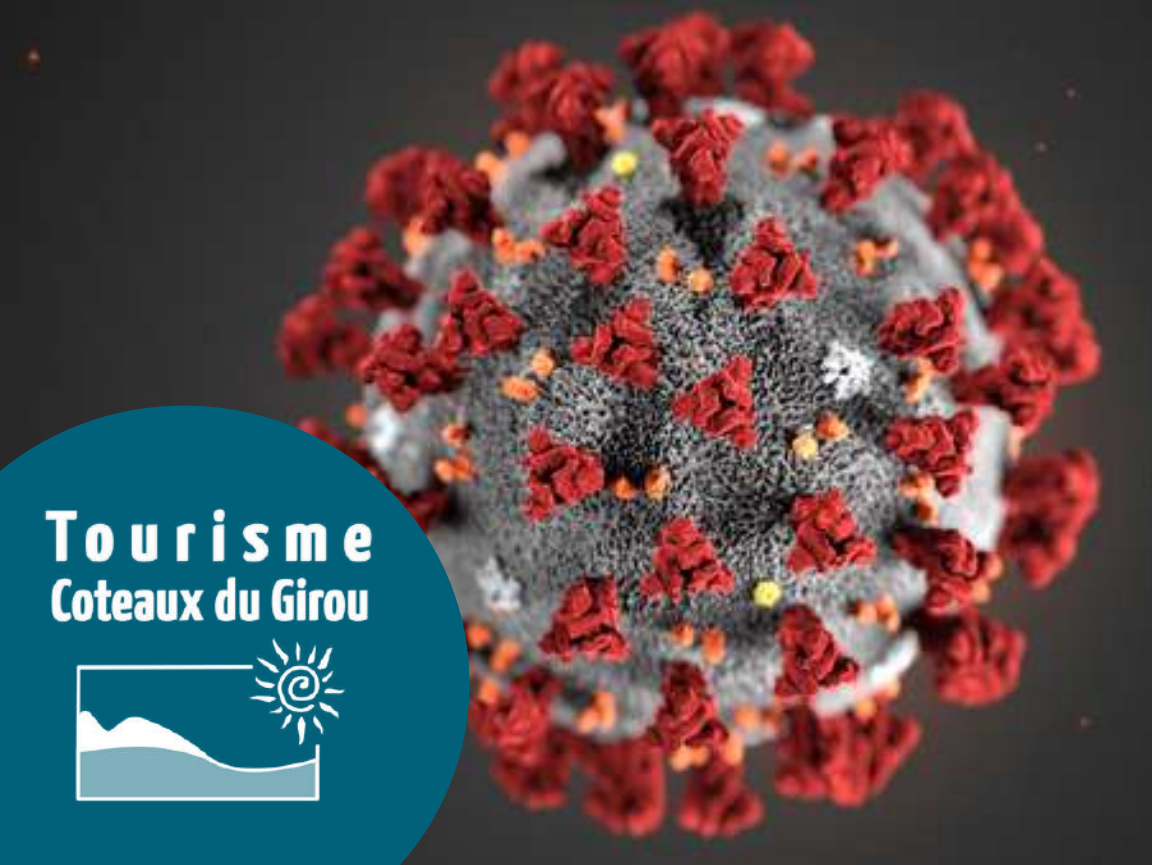


# 7# Années d'évènements marquants

2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<p>Application de la loi Notre en matière de transfert de la compétence promotion touristique et création d'un office de tourisme</p> <p>Création de l'Office de Tourisme des Coteaux du Girou</p> <p>Réalisation du diagnostic touristique territorial</p>	<p>Approbation du schéma de développement touristique (2018-2020)</p> <p>Mise en place du Bureau d'Information Touristique (BIT) au Château de Bonrepos</p>	<p>Création du service Tourisme</p> <p>Signature de la convention partenariale GSO Aux sources du canal du Midi</p> <p>Restitution de l'étude de mise en tourisme des Lacs (Phase I)</p> <p>Réalisation d'une étude d'opportunité taxe de séjour</p> <p>Réforme du classement des offices de tourisme (suppression de la catégorie 3)</p> <p>Organisation des Balades Animées</p>	<p>Ouverture de la Maison de la Biodiversité</p> <p>Pandemie Covid-19</p> <p>Elections communales et communautaires</p> <p>CRT devient CRTL</p> <p>Le GR46 passe sous maitrise d'ouvrage départementale</p>	<p>Début de l'étude de conception du Projet de Territoire</p> <p>Création du service Communication</p> <p>Le SMEA 31 nouveau concessionnaire des lacs</p>	<p>Création du service Tourisme et Culture</p> <p>Début de l'étude de conception du schéma directeur d'itinérance douce</p> <p>Début de l'étude de conception du schéma d'interprétation du Bien UNESCO canal du Midi</p> <p>Inauguration du nouvel itinéraire du GR46</p> <p>Début de l'étude de valorisation des bassins de Riquet</p>	<p>Approbation du schéma économique de territoire</p> <p>Début de l'étude de faisabilité du projet d'espace mutualisé d'accueil et de promotion</p> <p>Création de l'Entente de gestion des lacs</p> <p>Mise en service du PR Route de la Terre</p> <p>Mise en service du portail digital "Tourisme et loisirs"</p>



# 7# Années d'évènements marquants





# 11# Objectifs stratégiques enrichis



CONSTRUIRE UNE DESTINATION TOURISTIQUE



FAIRE MONTER EN GAMME L'OFFRE TOURISTIQUE



DÉVELOPPER UN MAILLAGE TERRITORIAL ET SECTORIEL DE L'OFFRE TOURISTIQUE



RENFORCER LES PÔLES D'ATTRACTIVITÉ



METTRE EN RÉSEAU LES ACTEURS SOCIOPROFESSIONNELS



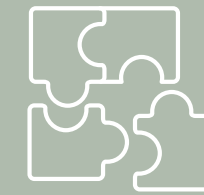
FAIRE DES HABITANTS DES ACTEURS TOURISTIQUES ENGAGÉS



ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJET



VALORISER LE TERRITOIRE DANS SES COMPOSANTES CULTURELLES, ENVIRONNEMENTALES ET PATRIMONIALES



INSCRIRE LA POLITIQUE COMMUNAUTAIRE DANS LES SCHÉMAS TOURISTIQUES SUPÉRIEURS



TRADUIRE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DANS L'ACTION PUBLIQUE INTERCOMMUNALE



DÉVELOPPER DES LOGIQUES DE DURABILITÉ, TRANSVERSALITÉ ET DE MUTUALISATION COMME VECTEUR D'EFFICIENCE



**La montée en compétence de l'Office de Tourisme par le classement de l'office de tourisme en 2ème catégorie**

**La création d'un espace qualifié et mutualisé d'accueil et de promotion touristique**



**L'appropriation du territoire par la population locale comme leur "espace de vie et de loisirs"**



**La promotion et la valorisation des mobilités douces et durables**



**La structuration d'un maillage touristique de territoire autour de :**

**5 pôles d'attractivité touristique :**

la forêt de Buzet **et les lacs**

le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle (GR46)

la cité de Verfeil

le Domaine de Bonrepos-Riquet et **le GSO "Aux Sources du Canal du Midi"**

**les manifestations identitaires du territoire**

**Un jalonnement touristique homogène du territoire :**

le déploiement d'un balisage patrimonial

la promotion des chemins de randonnée

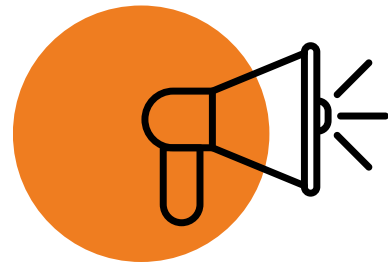
la création de circuits routiers

le référencement et la promotion des hébergeurs, restaurateurs et d'autres services (**offres Nature & mobilités durables, offres Séminaire & Location d'espace**)

le référencement et la promotion des manifestations, marchés

**l'organisation d'animations thématiques à caractère promotionnel**

# 5# Axes opérationnels révisés



**Le renforcement d'une « destination touristique Coteaux du Girou »** autour de 5 axes thématiques :

**Le tourisme vert et de loisirs**

**Le Tourisme durable**

**Le tourisme patrimonial et architectural et ses liens avec deux biens culturels UNESCO et les Grands Sites Occitanie (GSO)**

**Le tourisme culturel et de terroir**

**Tourisme Coteaux du Girou**





# 4# Clientèles cibles à concerner



D'après l'analyse de persona pp. 16-17

Tourisme Coteaux du Girou



## LES FAMILLES

**Description:** multiple, la famille peut être classique, monoparentale, recomposée ou multigénérationnelle. Leur panier moyen par jour et par personne est souvent modeste. Elles représentent 39% de la population française.

**Tendances:** les familles privilégient les longs séjours en période de vacances scolaires et reviennent facilement sur leur lieu de vacances. Les besoins et souhaits des enfants pèsent sur les décisions d'achat de leurs parents :

- 0 à 3 ans : sécurité, hygiène et services associés ;
- 3 à 6 ans : services et animations ;
- 6 à 12 ans : activités et découvertes ;
- pour les adolescents : activités sportives, aventure, vacances connectées.

**Attentes:** elles souhaitent s'accorder du temps à partager, se créer des souvenirs, faire plaisir aux enfants.

Les familles, notamment avec jeunes enfants, ont besoin de facilité et réassurance. Elles sont particulièrement sensibles au rapport qualité-prix.

**Défi à relever:** plaire aux enfants !

## LES POPULATIONS LOCALES ET DE PROXIMITÉ

**Description:** les populations locales et de proximité désignent l'ensemble des habitants et résidents secondaires vivant dans un rayon d'une à deux heures autour des Coteaux du Girou. Elles représentent jusqu'à 1,5 millions d'habitants.

**Tendances:** les français souhaitent profiter de leur cadre de vie. L'impact environnemental du tourisme conduit une frange grandissante de la population à opter pour le tourisme de proximité.

**Attentes:** passer un bon week-end, se changer les idées, les populations locale et de proximité recherchent les nouveautés, sont à l'affût des bons plans : manifestations locales, activités de loisirs et de plein air, etc.

**Défi à relever:** locales et de proximité, elles sont nos premiers clients et ambassadeurs !

## Agglomération toulousaine



Envoyé en préfecture le 17/10/2023  
Reçu en préfecture le 17/10/2023  
Publié le 17/10/2023  
ID : 031-243100732-20231012-202310105-DE



## LES EMPTY-NESTERS

**Description:** couples de catégories socio-professionnelles supérieures sans enfants à charge, leur panier moyen est élevé. Ils représentent environ 25% de la population française.

**Tendances:** ils privilégient les courts séjours et petits dépaysements en dehors des périodes de vacances scolaires. L'empreinte écologique du voyage pèse sur leur choix de destination.

**Attentes:** ils apprécient les expériences sur-mesure ou petits privilèges et sont prêts à dépenser plus pour se faire plaisir. Ils sont sensibles à la qualité des prestations en général, d'hôtellerie et de restauration en particulier.

**Défi à relever:** la personnalisation de l'offre !

## LA CLIENTÈLE MICE

**Description:** la clientèle MICE désigne la clientèle affaire et événementiel. Ce marché dynamique est évalué à près de 9 milliards d'euros en France. Dans les deux tiers des cas, ces événements accueillent moins de 30 personnes.

**Tendances:** les entreprises cherchent à optimiser les coûts par la désintermédiation, la réduction des déplacements ou de la durée de l'événement. La personnalisation de l'offre est essentielle pour répondre aux enjeux d'image véhiculés par ces événements.

**Attentes:** organiser un événement constitue un investissement pour l'entreprise. Le renforcement de l'engagement des salariés, clients et partenaires est sa principale attente. La qualité de l'accueil, du service et des infrastructures est également prépondérante (hébergement, restauration, WiFi, etc.).

**Défi à relever:** capturer les événements MICE de proximité

# 1# Habitant du territoire à considérer comme

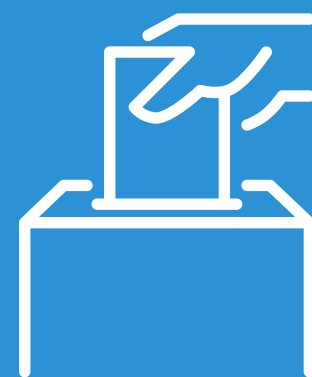
CONSOMMATEUR



OFFREUR



CITOYEN



INFLUENCEUR



ACCUEILLANT



Tourisme  
Coteaux du Girou





# 8# Tendances clientèles à connaître

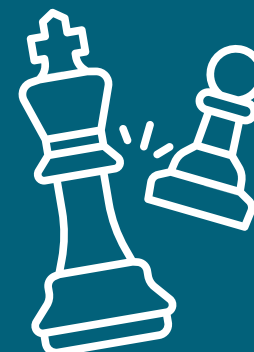
**SLOW TOURISME  
& TOURISME  
DURABLE**



**SUPPORTS  
EMBARQUES  
& CONNECTES**



**GAMMIFICATION**



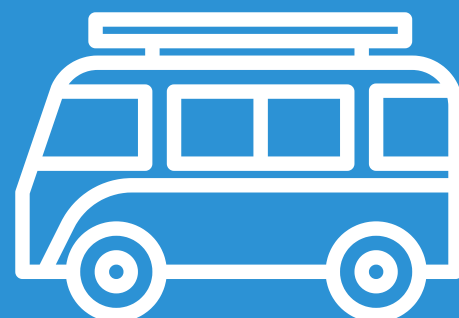
**MICRO-  
AVENTURE**



**LIVE A LOCAL**



**VANLIFE**



**TOURISME  
PARTICIPATIF**



**TIERS-LIEUX  
HYBRIDES**







Envoyé en préfecture le 17/10/2023  
Reçu en préfecture le 17/10/2023  
Publié le 17/10/2023  
ID : 031-243100732-20231012-202310105-DE

# 4# Saisons culturelles à faire vivre

PARANOVA  
LE 29 JUN 2019 DE 17H À 1H  
**MONTASTRUC LA CONSEILLÈRE**  
Renseignements sur [www.rocktonbled.fr](http://www.rocktonbled.fr)







# 3# Offres Nature et de mobilités durables à valoriser





Envoyé en préfecture le 17/10/2023  
Reçu en préfecture le 17/10/2023  
Publié le 17/10/2023  
ID : 031-243100732-20231012-202310105-DE

# 2# Biens Unesco et Grands Sites Occitanie à promouvoir



Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture



Canal du Midi inscrit sur la Liste du patrimoine mondial en 1996



Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture



Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France inscrits sur la Liste du patrimoine mondial en 1998



GRANDS SITES Occitanie SUD DE FRANCE

AUX SOURCES DU CANAL DU MIDI





# 1# Office de tourisme à structurer

Envoyé en préfecture le 17/10/2023  
Reçu en préfecture le 17/10/2023  
Publié le 17/10/2023  
ID : 031-243100732-20231012-202310105-DE



Offices de  
Tourisme  
de France

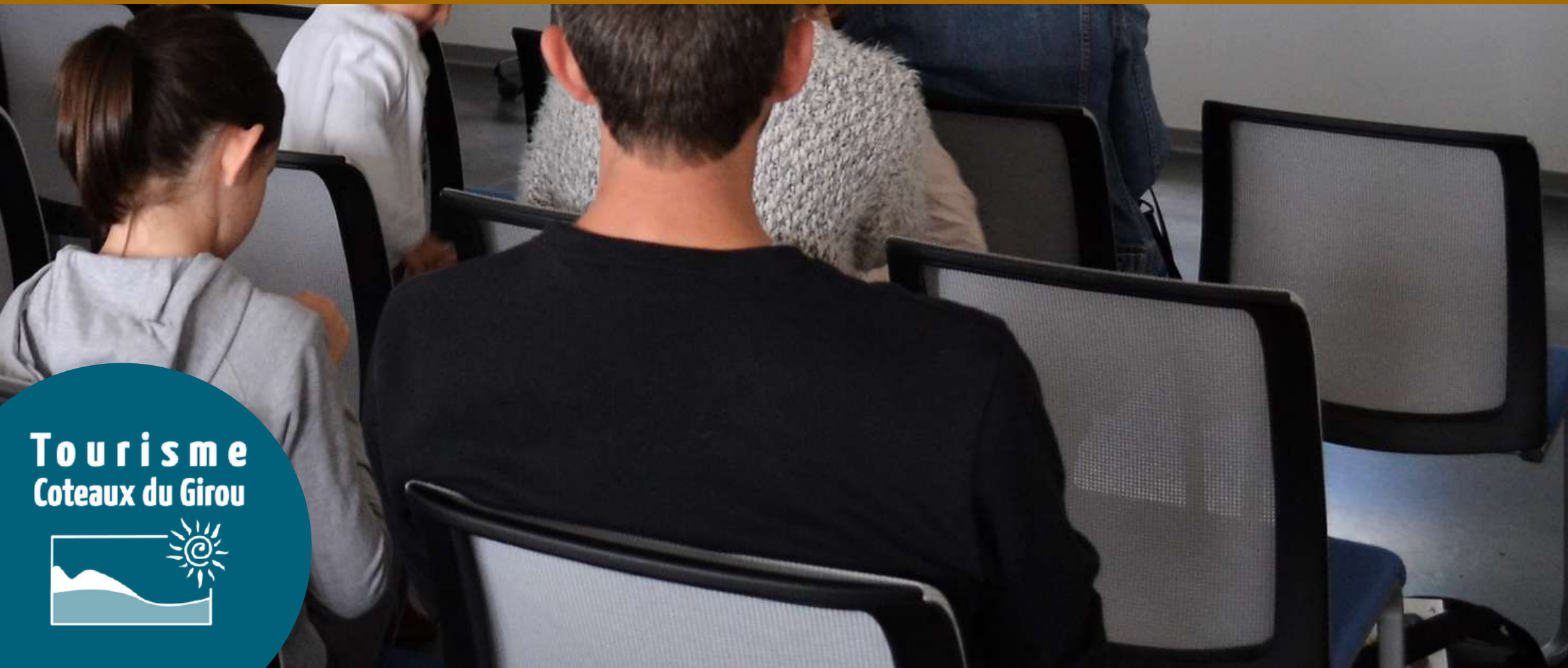
OFFICE  
DE TOURISME  
CLASSÉ







# 20 000# Habitants à impliquer





# 1# Plan d'actions (2023-2026)

**STRUCTURATION  
DU SERVICE**

**2# ACTIONS**

**REDÉFINITION  
DE LA  
STRATÉGIE**

**1# ACTION**

**RENFORCEMENT  
DE LA  
QUALIFICATION  
DES DONNEES**

**2# ACTIONS**

**CREATION/QUALIFICATION  
D'EQUIPEMENTS  
STRUCTURANTS**

**5# ACTIONS**

**STRUCTURATION  
DES MOYENS  
D'ACCUEIL**

**2# ACTIONS**

**OPTIMISATION  
DES PROCESSUS  
PROMOTIONNELS**

**6# ACTIONS**

## RENFORCEMENT DE LA QUALIFICATION DES DONNEES

Optimisation des modes de collecte et de traitement des données

Elargissement de la nature des données collectées

## REDÉFINITION DE LA STRATÉGIE

Actualisation et suivi du schéma de développement touristique

## STRUCTURATION DU SERVICE

Structuration du service  
Tourisme et Culture

Classement de l'Office de  
Tourisme (2ème catégorie)

## OPTIMISATION DES PROCESSUS PROMOTIONNELS

Création d'un programme d'actions pour l'appropriation territoriale de la population locale

Promouvoir des offres de mobilités douces et durables

Création et optimisation du portail internet "Tourisme et Loisirs"

Renforcement de la promotion des offres

Intensification de l'animation des réseaux sociaux

Création d'une programmation d'animations promotionnelles

## STRUCTURATION DES MOYENS D'ACCUEIL

Ouverture saisonnière du Bureau d'Information Touristique (BIT)

Création de l'espace d'accueil et de promotion touristique mutualisé

## CREATION/QUALIFICATION D'EQUIPEMENTS STRUCTURANTS

Création de l'espace d'accueil et de promotion touristique mutualisé

Mise en tourisme du GR46 et du bien Unesco chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France

Mise en tourisme du Château de Bonrepos-Riquet et du bien Unesco Canal du Midi

Valorisation des lacs

Mise en tourisme des chemins de randonnée

# 17# Actions 2023-2026

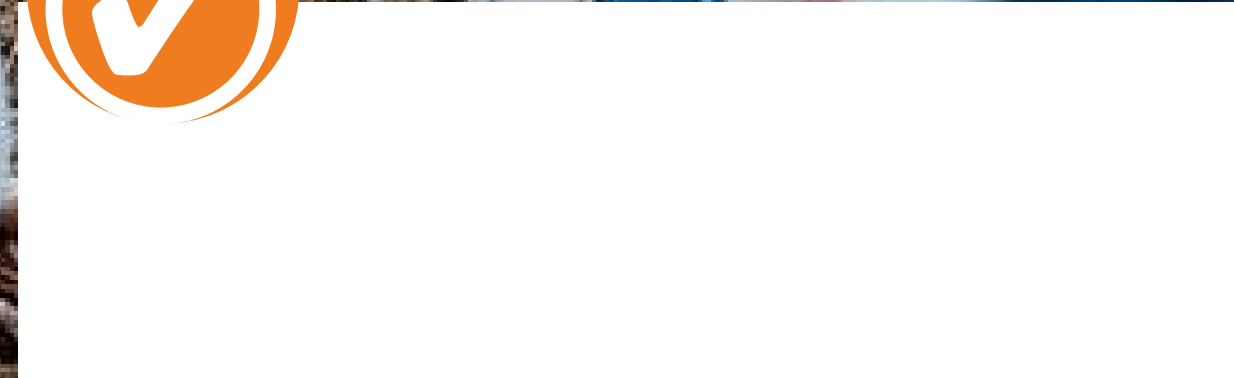


**Tourisme Coteaux du Girou**  
tourisme@coteauxdugirou.fr  
www.cc-coteaux-du-girou.fr

Communauté de Communes des Coteaux du Girou  
1 Rue du Girou, 31380 GRAGNAGUE



**Tourisme**  
Coteaux du Girou



**Partagez**  
vos plus belles expériences !



#TourismeCoteauxduGirou