

# Schéma départemental du tourisme durable du Tarn-et-Garonne 2023-2028

## Plan d'actions



- Juin 2023 -

Le tourisme, vecteur d'attractivité d'un territoire, joue un rôle prépondérant sur l'économie locale, ainsi que sur les populations.

Ces dernières années, le secteur touristique connaît une véritable remise en question, en lien avec les crises sanitaires et géopolitiques, ainsi que les défis climatiques qui s'imposent à nos sociétés. Les pratiques et les attentes évoluent. Il apparaissait nécessaire de se remettre en question au vu des nouveaux défis à relever et des opportunités à saisir dans un contexte international, régional et local.

Notre début de mandat s'est illustré par une volonté d'aller à la rencontre des 10 intercommunalités et de leurs offices de tourisme, afin de recueillir les attentes des territoires en matière de tourisme. Ce qui a permis d'identifier la nécessité de mener un travail collaboratif de structuration et de maillage fort pour renforcer l'attractivité de la destination.

Ainsi, le Département de Tarn-et-Garonne, en lien étroit avec son agence de développement touristique « Tarn-et-Garonne Tourisme », a fait le choix d'élaborer un schéma touristique pour la période 2023-2028 adapté aux réalités du territoire, partagé par ces acteurs et en parfaite cohérence avec les orientations du nouveau schéma touristique régional ainsi qu'avec les stratégies touristiques portées par l'échelon intercommunal.

Les travaux se sont déroulés de juillet 2022 à avril 2023 avec l'ensemble des parties prenantes (élus locaux, acteurs du tourisme, habitants) incarnant notre volonté de co-construire cette stratégie touristique avec l'ensemble des acteurs de la filière.

Une démarche novatrice et collaborative qui a permis :

- d'impliquer les acteurs tout au long de la réflexion,
- de hiérarchiser nos priorités,
- de valoriser et consolider nos pratiques de travail qui s'appuient sur la transversalité,

- de constater une faible maturité touristique de notre territoire, un manque de visibilité et de notoriété qui ne permet pas aux touristes de nous identifier comme une « destination touristique »,

- d'affirmer un positionnement stratégique qui nous caractérise : « la douceur de vivre, au fil de l'eau, du champ à l'assiette ».

Nous affichons au travers de ce nouveau schéma, l'ambition de :

- consolider les bases de ce premier document stratégique qui ordonnent les priorités,
- poser les bases d'une montée en puissance progressive de l'offre touristique,
- travailler une identité touristique dans laquelle les acteurs puissent se reconnaître,
- bâtir une offre touristique complète en relation avec les attentes des clientèles pour un tourisme 4 saisons,
- valoriser les éléments identitaires du territoire,
- positionner les voies d'eau comme des « éléments identitaires du département » et la « colonne vertébrale » de l'armature territoriale et du maillage des sites structurants,
- organiser la mise en réseau pour que les « pôles majeurs » irriguent et renforcent le maillage des territoires,
- se donner les moyens de séduire des investisseurs,
- traduire la volonté d'affirmer le rôle du Département comme coordonnateur et facilitateur de l'action touristique.

Ce schéma fixe la feuille de route et les actions à mettre en œuvre tout au long de notre mandature. Ce projet ambitieux repose sur un engagement collectif de tous les acteurs du tourisme afin de nous permettre de porter ensemble des actions partagées pour un tourisme de demain durable, responsable et en cohérence avec les valeurs de notre département.



**Michel WEILL**  
Président  
du Conseil départemental  
de Tarn-et-Garonne



**Anne IUS**  
Conseillère départementale,  
Présidente Commission  
départementale Tourisme  
et Tarn-et-Garonne Tourisme



**Emmanuel CROS**  
Vice-Président  
du Conseil départemental  
en charge du Tourisme

# Sommaire

<b>I</b>	Rappel de la stratégie	<b>p.5</b>
<b>II</b>	Rappel du sommaire d'actions	<b>p.11</b>
<b>III</b>	Plan d'actions	<b>p.13</b>
<b>A</b>	Renforcer l'attractivité et la visibilité	<b>p.14</b>
<b>B</b>	Qualifier l'offre touristique départementale	<b>p.24</b>
<b>C</b>	Faire du Tarn-et-Garonne une destination accessible pour tous	<b>p.38</b>
<b>D</b>	Piloter le projet stratégique pour répondre aux nouveaux défis	<b>p.47</b>
<b>IV</b>	Repères calendaires	<b>p.54</b>

## L'esprit du schéma départemental du tourisme durable 2023-2028

**Un moment-clé pour mettre à plat ce qui existe, hiérarchiser les priorités et définir la marche à suivre**



### Une démarche résolument collaborative

Un souci de cohérence globale et de transversalité

Association des professionnels du tourisme à la réflexion

Un projet fédérateur et partagé, piloté par le Département

Juillet à Septembre 2022

Octobre 2022 à Avril 2023

Janvier 2023

37 entretiens individuels auprès d'acteurs du tourisme

429 participants (tarn-et-garonnais) à l'enquête en ligne

170 élus des territoires et du département, offices de tourisme, socios-professionnels, partenaires, services du département ont participé aux temps d'échanges collectifs



### Un document-cadre hiérarchisé pour consolider les fondements de la destination touristique...

Une faible maturité touristique de la destination...

...d'où l'enjeu premier de consolider les bases de la destination...

...et de définir un positionnement stratégique différenciant

...puis accompagner la montée en puissance progressive de l'offre touristique

Poser les bases d'une identité touristique dans laquelle les acteurs puissent se reconnaître

Bâtir une offre complète en relation avec les attentes des clientèles

Valoriser les éléments identitaires du territoire

Mettre en réseau pour que les pôles majeurs irriguent et renforcent le maillage des territoires

Se donner les moyens de séduire des investisseurs

**Un plan d'action hiérarchisé qui traduit la volonté d'affirmer le rôle du Département comme « coordonnateur » de l'action touristique**

# Rappel de la stratégie

---

## Matrice Forces/Faiblesses et Opportunités/Menaces

### FORCES

- Des **aménités touristiques remarquables** (patrimoine bâti et paysager, terroir, thématique de l'eau), **des « pépites » à valoriser** et des projets porteurs sur lesquels capitaliser
- Une **dynamique d'accompagnement du Département auprès des collectivités** ainsi que la perception de la **dimension transversale du tourisme** : un préalable à la diffusion de la culture touristique
- Une répartition plutôt équilibrée des nuitées dans l'espace (malgré une forte saisonnalité) : un enjeu de **renvoi des flux entre les différentes polarités**

### FAIBLESSES

- Une **destination traversée mais qui n'est pas une destination de séjour** : un enjeu de « faire destination »
- Un enjeu de **qualification de la chaîne de services touristiques** : offre peu structurée, parc marchand peu qualifié (hors meublés...), pas de site « locomotive », manque de services (pour itinérants, etc.)
- Des **déséquilibres territoriaux en matière d'offres** entre l'ouest et l'est du territoire
- Un manque de diffusion de la culture touristique auprès des professionnels et des habitants : **faible perception des retombées potentielles du secteur**

### OPPORTUNITES

- Des **filières porteuses pour le département en phase avec les tendances globales** : savoir-faire, fluvial/fluvestre, œnotourisme, micro-aventures et déconnexion *slow* / bien-être...
- La **proximité de Toulouse et le rapprochement du bassin parisien** (via la future gare LGV) : une carte à jouer sur un positionnement déconnexion/ressourcement auprès de publics urbains
- Des **dynamiques partenariales sur lesquelles s'appuyer** (PACT, Contrat de Destination Slow Tourisme et Epicurisme, axe Garonne...)

### MENACES

- Un **déficit d'image et de notoriété d'un département « mosaïque »** mais peu différenciant, pas de plateforme de marque lisible : un département qui **ne figure pas dans la carte mentale des destinations**
- Un **gisement touristique exposé aux conséquences du changement climatique**, une posture d'anticipation et d'adaptation nécessaire pour en assurer la viabilité (canicules, sécheresses...)
- Des risques de conflits d'usages entre résidents et touristes, **un impératif d'inclusion sociale des résidents**

## Surmonter les paradoxes du tourisme : de l'attractivité à la résilience territoriale

Face à une certaine défiance d'une partie de l'opinion publique, l'impératif de construire un nouveau modèle touristique plus désirable, qui réponde aux besoins des territoires et des habitants et des enjeux climatiques

Décarboner la chaîne de services du tourisme pour faire face à l'urgence climatique



Agir sur les postes les plus émetteurs dans un souci de cohérence globale (mobilités)



Définir de nouveaux indicateurs de mesure de la performance à l'aune de ces nouveaux enjeux



Limiter les conflits d'usage entre touristes et résidents sur certaines ressources sensibles (eau)

Adopter un modèle touristique résilient pour anticiper les crises



Un département exposé aux conséquences du changement climatique



Une posture d'anticipation des mutations : adaptation des filières sensibles, annualisation de l'économie, équité territoriale



Le tourisme comme levier de diversification des sources de revenus de certains secteurs vulnérables

## La définition d'une stratégie touristique territoriale doit se penser plus largement qu'au simple prisme des leviers traditionnels

- Penser le tourisme de manière **globale**
- Intégrer les **nouveaux impératifs**, notamment écologique
- Concilier attractivité touristique et attractivité résidentielle
- Jouer **collectif**
- Être en cohérence avec la **politique Régionale**
- Renforcer la **co-construction** avec les acteurs et renforcer leur **mobilisation en diffusant la culture touristique**



Passer d'une logique de filière à une logique transversale



### L'ambition touristique départementale, pour répondre à ces enjeux

#### IDENTITE

Valoriser les éléments identitaires différenciants du Tarn-et-Garonne et incarner ce positionnement afin de gagner en notoriété et d'exister sur la carte mentale des destinations

#### MAILLAGE

Garantir l'équité territoriale en structurant l'armature départementale « au fil de l'eau » visant à structurer des périmètres de consommation touristique élargis autour de pôles structurants

**Faire émerger une destination touristique en séjour/court-séjour produisant des nuitées**

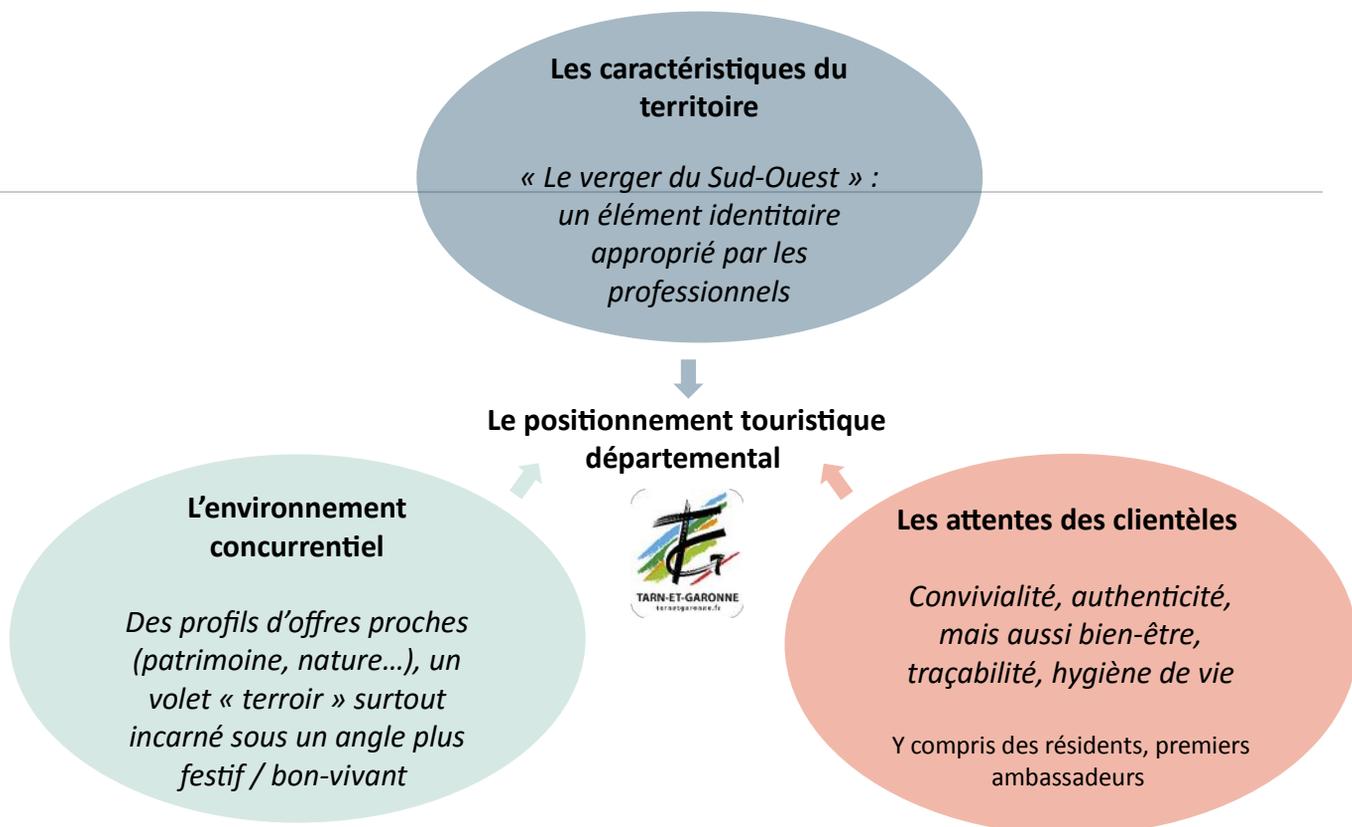
#### QUALITE

Garantir les fondamentaux et viser l'excellence tout au long de la chaîne de services touristiques et son intégration afin de maximiser les retombées économiques et de répondre aux attentes des clientèles en garantissant le bon rapport qualité/prix

#### PILOTAGE

Porter une vision collective pour l'ensemble des acteurs (professionnels, Offices de Tourisme et territoires) au service d'un projet fédérateur et transversal

## Un positionnement différenciant, légitime et fédérateur



## Le fil rouge stratégique, qui n'est pas une accroche de communication

### La douceur de vivre,

Un positionnement « slow » / conditionné par le maintien des fondamentaux indispensables à la satisfaction-client mais difficilement déclencheurs de séjour.

Des clientèles urbaines à capter autour d'expériences / escapades en phase avec les attentes et convictions (micro-aventures, déconnexion...).

→ notamment de proximité, résidents...

### au fil de l'eau,

L'eau comme élément identitaire du Département, une ressource sensible qui nécessite une gestion raisonnée.

L'eau comme « colonne vertébrale » de l'armature territoriale et du maillage des sites structurants.

### du champ à l'assiette

Un positionnement issu des marqueurs différenciants qui donne une « coloration » spécifique à l'offre à décliner en « expériences » et à articuler avec les filières complémentaires.

Un positionnement que doit venir incarner le projet départemental autour de l'Abbaye de Belleperche.

Un levier pour consolider la résilience du territoire en favorisant le réflexe « tourisme » comme levier de diversification.

→ auprès des agriculteurs, des producteurs locaux, etc.

# Les cibles de clientèles de la stratégie

## Répartition de la clientèle touristique en Tarn-et-Garonne en 2022 :

63 % de clientèle française (*Occitanie majoritaire puis Ile-de-France, Nouvelle Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes et PACA*)  
37 % de clientèle étrangère (*Royaume-Uni, Espagne, Pays-Bas, Belgique et Allemagne*)

Segments cibles	Caractéristiques	Motivations & attentes	Intérêt pour la destination
 <b>Familles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familles en (court-)séjour : grandes Agglomérations à 2/3h, Ile-de-France...</li> <li>Tous pouvoirs d'achat, y compris publics modestes</li> <li>Été et vacances scolaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un bon rapport qualité / prix, une offre accessible et adaptée au jeune public : offre de loisirs dont réseau des bases de loisirs, médiation adaptée dans les sites culturels et patrimoniaux</li> <li>Une offre sécurisée et des services adaptés</li> </ul>	<b>VOLUME, FREQUENTATION TOUTE L'ANNEE</b>  <b>CONSUMMATION LOCALE</b>
 <b>Urbains de proximité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>« Le jardin des toulousains » : proximité de l'Agglomération toulousaine (et Bordeaux dans une moindre mesure)</li> <li>Couples, seniors... plutôt CSP+, WE toute l'année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une bonne accessibilité depuis les principaux points d'accès (publics motorisés ou non)</li> <li>Des produits expérientiels et de découverte du territoire (restauration locale, patrimoine, événementiel, APN et itinérances), une expérience « authentique »</li> </ul>	
 <b>Tarn-et-Garonnais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>260 000 habitants en Tarn-et-Garonne, forte croissance démographique</li> <li>Revenu fiscal médian inférieur à la moyenne nationale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un bon rapport/qualité de prix des offres et des services</li> <li>Des offres culturelles, sportives et événementielles renouvelées</li> <li>Des produits expérientiels et de découverte du territoire / sorties sur les weekends</li> <li>L'accessibilité pour tous les publics</li> </ul>	
 <b>Touristes de bien-être</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clientèle de niche à forte valeur ajoutée, vectrice d'image : séjours « au vert » et expérientiels</li> <li>Fort pouvoir d'achat, franciliens et urbains nationaux</li> <li>Été, ailes de saison (court-séjour)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Qualité de l'expérience de séjour tout au long du parcours-client : hébergement, restauration, activités</li> <li>Des produits expérientiels autour du segment bien-être : déconnexion, mieux-vivre, etc. dans un cadre naturel de qualité</li> </ul>	<b>PUBLICS DE NICHE MAIS LEVIERS D'IMAGE</b>  <b>PRESCRIPTEURS DE LA DESTINATION</b>
 <b>Itinérants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Couples, seniors actifs, etc. avec fort pouvoir d'achat</li> <li>Locaux (loisirs), nationaux (« camp de base » ou grands itinérants)</li> <li>D'Avril à Octobre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Des routes aménagées et sécurisées avec services : location de vélo (dont VAE) et haltes, balisage / signalétique, restauration et hébergements adaptés...</li> <li>Couplé à la découverte de sites et offres emblématiques du territoire</li> </ul>	

# Rappel du sommaire d'actions

---

# Objectifs et orientations opérationnelles

Objectifs stratégiques	Orientations opérationnelles	Piste d'actions
A- Renforcer l'attractivité et la visibilité	Engager une réflexion sur les périmètres de destination	1 Structurer une marque touristique territoriale interne pour fédérer les acteurs départementaux
		2 Développer les coopérations transdépartementales et régionales
	Créer le cadre d'une culture touristique désirable	3 Diffuser la culture touristique auprès des parties prenantes : élus, résidents, corporations connexes
		4 Faire évoluer les outils d'observation et d'évaluation des politiques publiques
B- Qualifier l'offre touristique départementale	Mettre en valeur les spécificités départementales autour du terroir et des savoir-faire	5 Incarner une filière touristique forte autour du terroir, des savoir-faire et des bons produits
		6 Déployer, autour de l'Abbaye de Belleperche, lieu majeur culturel, une action touristique qui rayonne sur le Tarn-et-Garonne
	Structurer des pôles forts et animer les filières	7 Consolider le maillage de sites culturels, muséaux et patrimoniaux à l'échelle du département
		8 Mettre en place et prendre appui sur les outils de pilotage des filières APN et itinérances
	Favoriser une valorisation raisonnée et équitable de la ressource en eau	9 Animer les filières sensibles à la ressource en eau (fluvial / fluvestre, pêche, canoë-kayak, voile) et anticiper les conséquences du changement climatique
		10 Mettre en cohérence le réseau des bases de loisirs du département et moderniser l'offre
C- Faire du Tarn et Garonne une destination accessible pour tous	Structurer le maillage départemental	11 Piloter le déploiement de la signalétique touristique départementale
		12 Travailler, en lien avec les territoires et les socioprofessionnels, des projets collectifs autour des mobilités alternatives 
	Viser l'équilibre des publics	13 Accompagner les territoires et gestionnaires de site dans la préservation des espaces naturels et culturels 
		14 Favoriser l'accessibilité des offres auprès de tous les publics
D- Piloter le projet stratégique pour répondre aux nouveaux défis	Agir en tant que facilitateur	15 Accompagner les acteurs impliqués dans une stratégie de promotion de territoire et/ou leurs projets touristiques durables
		16 Créer les conditions visant à favoriser et attirer les investissements touristiques
	Mobiliser les acteurs pour une action efficiente	17 Renforcer la collaboration avec les Offices du Tourisme

# Plan d'actions

---

# Axe A : Renforcer l'attractivité et la visibilité

---



## 1- Structurer une marque touristique territoriale interne pour fédérer les acteurs départementaux

### PREALABLE

#### Contexte :

Le Tarn-et-Garonne ne bénéficie pas d'une notoriété spontanée, ni d'une identité forte. Priorité du présent schéma, la création d'une stratégie globale de marketing territorial incluant une identité visuelle (valeurs, marque, logo) afin de renforcer le positionnement identitaire de la destination.

Cette identité doit permettre de mobiliser les acteurs touristiques du territoire autour d'une bannière commune, visant à renforcer le sentiment d'appartenance.

#### Objectifs stratégiques :

- Mobiliser les acteurs du tourisme et les territoires autour de l'échelon départemental
- Inscrire le Tarn-et-Garonne sur la carte mentale des destinations
- Rendre le département attractif
- Faire des élus du département et des Tarn-et-garonnais des Ambassadeurs du département

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

#### 1- Se faire accompagner par des experts pour lancer une démarche innovante et créative autour de l'identité :

- Préciser les objectifs et la proposition de valeur de la marque territoriale du département en lien avec la Direction de la Communication du Conseil Départemental :
  - Travailler l'identité visuelle à décliner sur différents supports, outils de communication touristique en lien avec la communication institutionnelle
  - Engager des actions visant à fédérer les professionnels dans la démarche
  - Structurer une ligne de produits chartés « Tarn-et-Garonne » (produits locaux, savoir-faire artisanaux...) avec les partenaires pertinents (consulaires, acteurs du monde agricole...)

#### 2- Décliner, en lien avec les Offices de Tourisme la marque départementale au sein des territoires :

- S'appuyer sur les Offices de Tourisme pour commercialiser les produits estampillés « Tarn-et-Garonne » dans les boutiques

## 1- Structurer une marque touristique territoriale interne pour fédérer les acteurs départementaux

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Création et déclinaisons de la stratégie de marque
- Adhésion des professionnels, des territoires et des tarn-et-garonnais à la stratégie de marque

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (communication et tourisme)</li> <li>▪ Tarn et Garonne Tourisme</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRTL, consulaires, filières</li> <li>▪ Offices de Tourisme Intercommunaux</li> <li>▪ Centre Universitaire Montauban</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Budget étude et stratégie opérationnelle</li> <li>▪ Budget déclinaison des outils de communication/promotion</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme</li> <li>▪ Temps agent du département</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Priorité n°1 pour 2023</li> <li>▪ Déploiement de la stratégie arrêtée à partir de 2024 pour la déclinaison</li> </ul>

## 2- Développer les coopérations transdépartementales et régionales

### PREALABLE

#### Contexte

Le touriste ne connaît pas de frontières administratives. Il est aujourd'hui indispensable pour les territoires de développer des coopérations et synergies avec les territoires voisins pour renforcer l'attractivité globale de destinations qui partagent des identités et problématiques souvent similaires.

Le Tarn-et-Garonne est d'ores et déjà partie prenante de plusieurs démarches de coopération, notamment via la participation aux comités d'itinéraire et la mobilisation dans le Programme d'Actions Concertées du Territoire (PACT) Destination Slow Sud-Ouest ainsi que dans la formalisation du projet de contrat de destination « Slow Tourisme et épicurisme à la campagne » mutualisés avec le CRTL..

#### Objectifs

- Faire émerger des modèles de coopération innovants
- Contribuer à l'attractivité globale de la destination Sud-Ouest / Occitanie
- Capitaliser sur les bonnes pratiques des partenaires territoriaux / favoriser les synergies

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

- 1- Participer aux travaux de mise en place d'une convention Région-département avec un comité de suivi annuel et une participation aux réseaux de techniciens
- 2- Participer aux travaux du J13 (collectif des 13 ADT/CDT d'Occitanie) et du Top 14 (collectif des 13 ADT/CDT d'Occitanie et du CRTL)
- 3- S'investir **dans le projet de contrat de destination « Slow tourisme et épicurisme à la campagne »** avec les départements voisins (Lot-et-Garonne, Tarn-et-Garonne, Gers) :
  - Participer à la définition des contenus jusqu'à la signature du contrat
  - Participer au déploiement du plan d'actions pluriannuel
- 4- Poursuivre le plan d'actions du « **PACT Destination Sud-Ouest** » (G4) en partenariat avec les Comités Départementaux du Tourisme (CDT) du Tarn, Haute-Garonne et Gers : salons, campagnes de communication, relations presse...
- 5- Continuer notre implication à la politique des Grands Sites Occitanie portée par la Région

## 2- Développer les coopérations transdépartementales et régionales

### DESCRIPTION DES ACTIONS (SUITE)

#### Contenu (suite) :

6- S'impliquer dans les démarches collectives autour du déploiement des itinérances cyclables et pédestres :

- Poursuivre notre implication aux Comités d'itinéraires existants (véloroute La Vagabonde-V87, vélo-voie verte Canal des Deux Mers-V80, Chemin de Saint-Jacques de Compostelle-GR65 Via Podensis),
- Prendre une part active dans la **création des comités d'itinéraires ou COPIL cyclables** (véloroute « Vallées et Gorges de l'Aveyron » en particulier, puis vélo voie verte V85) et **pédestres** (Chemin de Saint-Jacques de Compostelle-GR36 Conques-Toulouse)
- Poursuivre notre implication autour de la filière oenotourisme : projet de coopération Leader...

7- S'inscrire dans les démarches de **structuration touristique des axes Tarn et de la « Destination Garonne »**

8- **Poursuivre les échanges du réseau tourisme des départements d'Occitanie**

## 2- Développer les coopérations transdépartementales et régionales

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Comités d'itinéraires créés
- Nombre d'actions collectives menées

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> <li>▪ Conseil Départemental (tourisme)</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRTL, CDT associés, Gal Leader, Départements et Régions associées</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Budget dédié aux Comités d'itinéraires</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme pour des actions de communication/promotion PACT/Contrat de Destination</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme pour de l'animation PACT/Contrat de Destination et Comités d'itinéraires</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Création Comités d'itinéraires ou COPIL à partir de 2023</li> <li>▪ Signature du Contrat de Destination et plan d'actions 2024</li> </ul>

### 3- Diffuser la culture touristique auprès des parties prenantes : élus, résidents, corporations connexes

#### PREALABLE

#### Contexte

Le tourisme est l'affaire de tous : acteurs du tourisme, mais aussi commerçants, artisans, plus largement habitants et élus de notre Département participent à son attractivité, et incarnent son identité. Ceux-ci doivent être les ambassadeurs du Tarn-et-Garonne.

Nécessité d'une prise de conscience de l'impact et des retombées économiques du tourisme pour les acteurs (publics et privés) et les habitants du département.

#### Objectifs stratégiques

- Diffuser la culture touristique auprès de l'ensemble des parties prenantes
- Faire adhérer les acteurs autour d'une vision collective et partagée

#### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

**1- Mobiliser les élus et professionnels** dans l'appréhension de la place réelle du tourisme en s'appuyant sur les ressources de Tarn-et-Garonne tourisme :

- Présenter le schéma départemental du tourisme auprès des élus locaux
- Produire annuellement deux documents synthétiques (un pour les élus, un pour les professionnels) résumant la situation du tourisme en Tarn-et-Garonne et les chiffres-clés en termes de retombées (nombre d'emplois, chiffre d'affaires, panier moyen, etc.) et le diffuser auprès des élus et des professionnels en passant par l'intermédiaire des Offices de Tourisme
- Inciter les élus notamment départementaux à se mobiliser et à participer aux dynamiques visant à découvrir les territoires (par exemple éductours ... ), conférences (par exemple sur les enjeux et les évolutions du tourisme...), participer aux événements (congrès des maires départemental...)

**2- En lien avec les démarches globales d'attractivité, soutenir les démarches locales d'ambassadeurs du territoire** et s'appuyer sur les natifs installés hors Tarn-et-Garonne :

- Utiliser les réseaux sociaux pour mobiliser les jeunes adultes / étudiants ...
- Mobiliser le réseau d'acteurs connexes (commerçants, restaurateurs, agriculteurs...) pour relayer des informations touristiques en partenariat avec les Offices de Tourisme

**3- Créer un temps fédérateur pour les Tarn-et-garonnais et les nouveaux arrivants :**

- Créer et animer un rdv annuel de type « lancement de saison estivale » à destination des tarn-et-garonnais et des nouveaux arrivants du département : cf rdv annuel en fiche 5

### 3- Diffuser la culture touristique auprès des parties prenantes : élus, résidents, corporations connexes

#### RÉSULTATS ATTENDUS

##### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Présentation du schéma aux élus locaux
- Mise en place du rdv annuel de lancement de saison et suivi de l'évolution de la fréquentation

#### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (Tourisme)</li> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ EPCI, offices de tourisme, chambres consulaires</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dotation annuelle Tarn-et-Garonne pour le rdv annuel</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps de travail agent</li> <li>▪ Dotation annuelle Tarn-et-Garonne</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Présentation schéma / chiffres clés : dès 2023</li> <li>▪ Rdv annuel de lancement de saison pour les nouveaux arrivants et les Tarn-et-garonnais pour lancer la saison à partir de 2024 ou 2025</li> </ul>

## 4- Faire évoluer les outils d'observation et d'évaluation des politiques publiques

### PREALABLE

#### Contexte

Si les indicateurs touristiques « classiques » demeurent pertinents (consommation touristique, nombre d'emplois, etc.), ceux-ci ne reflètent que la dimension économique du secteur et ne prennent pas la mesure de l'impact réel du tourisme (impact sur la biodiversité, prix du logement, qualité de vie, sentiment d'adhésion, etc.). Les outils d'observation et d'évaluation doivent progressivement s'adapter à ces nouveaux sujets, en intégrant de nouveaux indicateurs de mesure et de qualité.

#### Objectifs stratégiques :

- Mesurer plus précisément l'impact réel du tourisme, dans toutes ses dimensions : économique, environnemental, social
- Fournir de nouveaux outils pour aider à la prise de décision face aux enjeux actuels

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

1- Dans le cadre du Club des Directeurs d'OT, identifier les besoins et rédiger le cahier des charges pour **faire évoluer l'observatoire** :

- Poursuivre la collecte des données touristiques (enquêtes qualitatives) et consolider le réseau de partenaires (Flux Vision Tourisme)
- Réfléchir à l'intégration de nouveaux critères sociaux et environnementaux avec une application phasée dans le temps :
  - Mise en place rapide d'indicateurs facile à mettre en œuvre (ex. nombre de structures écolabellisées, démarche qualité...),
  - Réflexion à plus long-terme sur l'intégration de nouveaux indicateurs, etc. (ex. bilan carbone, études d'impacts...)
- Etudier l'opportunité de s'adosser à des outils d'analyse des flux en temps réel (Affluence...)

2- Prévoir la **vulgarisation de l'analyse des données par territoire** : produire à partir des données brutes un document synthétique diffusé auprès des élus, des Offices de Tourisme comme des professionnels (cf. action 3)

3- **Optimiser la mutualisation d'enquêtes** de clientèles et autres outils d'observation avec les différents partenaires (CRT / Région, Atout France) :

- Affiner la compréhension des clientèles par segments affinitaires en déployant des enquêtes ciblées (touristes sportifs, touristes familles...)
- Prendre part à l'Observatoire régional du tourisme durable

#### 4- Faire évoluer les outils d'observation et d'évaluation des politiques publiques

##### RÉSULTATS ATTENDUS

##### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Nombre de destinataires des données traitées de l'observatoire
- Nombre de nouveaux indicateurs et suivi / traçabilité des données

##### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tarn et Garonne Tourisme</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (Tourisme, environnement)</li> <li>▪ EPCI, CRTL, Orange</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coût développement des nouveaux indicateurs</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dotation annuelle Tarn-et-Garonne Tourisme</li> <li>▪ Temps agent du département</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Faire évoluer l'observatoire avec de nouveaux indicateurs dès 2023</li> </ul>

## Axe B : Qualifier l'offre touristique départementale

---



## 5- Incarner une filière touristique forte autour du terroir, des savoir-faire et des bons produits

### PREALABLE

#### Contexte

L'identité du Tarn-et-Garonne est intrinsèquement liée à celle de ses productions et savoir-faire agricoles et artisanaux. Le positionnement touristique du département doit revendiquer ces attributs identitaires spécifiques, auprès des touristes comme des résidents. Cela passe par un travail de mise en réseau des acteurs et de structuration des offres.

#### Objectifs

- Créer des opportunités de diversification économique pour les agriculteurs, producteurs artisans et restaurateurs du département
- Faire émerger des expériences touristiques identitaires et incarnées
- Consolider le parcours-client

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

##### 1- Mobiliser et animer un réseau de partenaires autour de la structuration de l'offre de terroir et de savoir-faire :

- Mobiliser l'ensemble des partenaires et parties prenantes au sein d'un groupe de travail : chambres consulaires, associations de restaurateurs et de producteurs organisés par filière
- Piloter l'animation au travers d'un réseau d'acteurs en s'appuyant sur les partenaires, dont la Chambre d'Agriculture
- Impulser et coanimer des rencontres régulières entre professionnels des filières agritourisme et savoir-faire dans le cadre du futur réseau d'acteurs
- Poursuivre la dynamique engagée sur l'oenotourisme (label vignobles et découvertes...)
- Structurer et valoriser, en lien avec les chambres consulaires, une offre de visite autour du tourisme de savoir-faire, des circuits-courts et de découverte du terroir : visites d'entreprises, dégustations, vente directe, démarches qualité (Sud de France, Bienvenue à la Ferme...),
- Faire des partenaires de la filière les relais des actions de communication et ambassadeurs de la marque de destination

##### 2- Mettre en avant la gastronomie et l'artisanat local ainsi que les produits issus de l'agriculture locale à destination des habitants et des touristes :

- Au travers des manifestations :
  - Intensifier une présence sur des manifestations d'envergure
  - Cocréation d'un événementiel majeur en lancement de saison estivale à destination des Tarn-et-garonnais et des nouveaux arrivants en mobilisant les partenaires
- Au travers de la valorisation des circuits courts : soutenir les démarches locales et favoriser la mise en relation des restaurateurs avec les producteurs.

## 5- Incarner une filière touristique forte autour du terroir, des savoir-faire et des bons produits

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Nombre de réunions du groupe de travail
- Organisation d'un temps fort annuel
- Fréquentation à l'événementiel de lancement de saison

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil départemental (Tourisme et Agriculture)</li> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fédérations, associations de producteurs, d'artisans et de restaurateurs</li> <li>▪ Offices de tourisme</li> <li>▪ Structures porteuses de PAT</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme : budget dédié à l'animation du réseau, à la communication et aux manifestations et au rdv de lancement de saison</li> <li>▪ Révision de la politique existante en matière de soutien agro-tourisme</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme à hauteur de 0,5 ETP</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Création d'un réseau de partenaires dès 2024</li> <li>▪ Rdv annuel de lancement de saison à partir de 2024 ou 2025 (cf. fiche 3)</li> </ul>

## 6- Déployer autour de l'Abbaye de Belleperche, lieu majeur culturel, une action touristique qui rayonne sur le Tarn-et-Garonne

### PREALABLE

#### Contexte

Propriété du Département, l'Abbaye de Belleperche est un site à haute valeur patrimoniale et visible auprès des résidents via sa programmation culturelle et événementielle dynamique. Sa future réhabilitation, inscrite au Schéma départemental pour la culture 2022-2028, apparaît comme une opportunité de fédérer les dynamiques en présence, autour d'un "projet départemental". Sa future réhabilitation, inscrite au Schéma départemental pour la culture 2022-2028, apparaît comme une opportunité de fédérer les dynamiques en présence, autour d'un "projet départemental".

La Direction des Affaires Culturelles porte aujourd'hui un projet ambitieux pour le site et pour le département.

#### Objectifs stratégiques

- Consolider un lieu de vie culturel et événementiel qui rayonne sur son territoire
- Faire de l'Abbaye de Belleperche un outil de l'action touristique : auprès des résidents du Tarn-et-Garonne et des touristes
- Fédérer et mobiliser les acteurs en interne autour d'un projet commun

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

1- **Suivre l'avancement des études en cours**, portées par la Direction des Affaires Culturelles :

- Lancement de l'étude préalable archéologique et du diagnostic sanitaire du bâti
- Lancement de la mission complémentaire de programmation

2- **Accompagner la Direction des Affaires Culturelles dans l'identification des besoins touristiques** dans le cadre de la phase complémentaire de l'étude de programmation

3- **Prendre part aux réflexions stratégiques sur la mise en tourisme du site** et les synergies entre action culturelle et touristique :

- Intégrer une démarche responsable dans la définition du projet, en lien avec les travaux de Transition Ecologique menés par le département
- Favoriser l'enrichissement et la diversification des publics-cibles
- Participer aux actions de communication-promotion

## 6- Déployer autour de l'Abbaye de Belleperche, lieu majeur culturel, une action touristique qui rayonne sur le Tarn-et-Garonne

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Mise en synergie de l'action culturelle et touristique (visibilité de l'approche touristique dans le projet / dans l'étude de programmation)
- Evolution de la fréquentation de l'Abbaye de Belleperche

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Direction des Affaires Culturelles</li> <li>▪ Direction de l'Immobilier du Conseil Départemental (en phase études et travaux)</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (Tourisme)</li> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> <li>▪ Office de Tourisme Intercommunal du territoire...</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b></li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme : budget dédié à la communication et aux manifestations</li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etude archéologique en 2023 (Direction Affaires culturelles 82)</li> <li>▪ Etude complémentaire de programmation en 2024 dont actions de promotion/communication</li> </ul>

## 7- Consolider le maillage de sites culturels, muséaux et patrimoniaux à l'échelle du département

### PREALABLE

#### Contexte

Le Tarn-et-Garonne compte un grand nombre de musées, sites culturels et patrimoniaux qui maillent et participent à l'interprétation de(s) territoire(s). Beaucoup sont associatifs et disposent de moyens réduits, limitant le renouvellement de l'offre comme des dispositifs de médiation, aujourd'hui pour partie obsolètes.

Une dynamique collective s'inspirant des bonnes pratiques existantes (MIB, Abbaye de Beaulieu...) peut contribuer à renforcer l'attractivité de ces sites, auprès des touristes comme des résidents, tout en dynamisant les acteurs de la filière.

#### Objectifs stratégiques

- Favoriser le renvoi et la circulation des flux sur l'ensemble du territoire
- Enrichir l'expérience-client en favorisant le renouvellement d'offres incarnées et identitaires
- Favoriser l'étalement de la saisonnalité / une fréquentation à l'année et l'allongement des séjours

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

##### 1- Prendre appui sur les dynamiques culturelles en cours :

- Dans le cadre de la rédaction du nouveau schéma culturel, œuvrer à la prise en compte des enjeux touristiques (événementiel, patrimoine...) et réciproquement (pratiques résidentes, accès à la culture et éducation artistique et culturelle (EAC), etc.)
- S'appuyer sur les démarches Villes et Pays d'Art et d'Histoire pour valoriser les atouts touristiques et les sites patrimoniaux et culturels du département

##### 2- Affirmer le rôle de facilitateur du département et constituer un pool d'outils et de ressources communes à destination des sites culturels et patrimoniaux (en cohérence avec les ambitions du schéma culturel en cours de rédaction) :

- Initier une réflexion autour de la création d'un réseau de guides-conférenciers en lien avec les offices de tourisme
- Accompagner les sites dans l'accueil, la mise en place de scénographie et l'itinérance d'expositions temporaires, en premier lieu dans les structures départementales

3- **Prendre appui sur les sites culturels majeurs du département** (dont : MIB, le Cloître de Moissac, Châteaux de Bruniquel, de Gramont, Abbayes de Beaulieu, de Belleperche, Pente d'eau, Conservatoire Métiers d'Autrefois, Epopée Chapelière, Maison des mémoires de La Mounière, espace Firmin-Bouisset, Lamothe-Cadillac...) et futurs équipements (la grotte de Bruniquel, Musée faïencerie/batellerie, Maison des Vins, Maison Fermat...) : favoriser leur mise en réseau / l'émergence de projets communs à l'échelle départementale et régionale (Soulages, Toulouse-Lautrec...) et créer un outil départemental promotionnel permettant de mailler le territoire...

4- Poursuivre et développer le Club des Sites

## 7- Consolider le maillage de sites culturels, muséaux et patrimoniaux à l'échelle du département

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Evolution de la fréquentation des sites

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (Affaires Culturelles et tourisme)</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> <li>▪ VPAH, EPCI, offices de tourisme, collectivités locales gestionnaires d'équipements culturels, Région Occitanie</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme : budget dédié à la communication et aux manifestations</li> <li>▪ Révision de la politique existante en matière de soutien à la qualification des sites de visite</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rédaction du schéma culturel du Département par la Direction des Affaires Culturelles : 2023</li> <li>▪ Révision de la politique de soutien existante dès 2024</li> <li>▪ Continuité de l'animation du Club des sites</li> <li>▪ Appui à la qualification de l'offre</li> </ul>

## 8- Mettre en place des outils de pilotage des filières APN et itinérances

### PREALABLE

#### Contexte

L'attractivité touristique du Tarn-et-Garonne repose en partie sur la diversité de sites naturels et des pratiques sportives possibles : sur terre, dans les airs, sur l'eau. Or, le Département ne dispose pas à ce jour de document-cadre stratégique, dont l'élaboration permettrait la mise en cohérence des offres mais aussi l'anticipation des crises liées au changement climatique.

#### Objectifs stratégiques

- Favoriser le renvoi et la circulation des flux / mailler le territoire
- Enrichir l'expérience-client et l'offre pour favoriser l'allongement des séjours
- Anticiper les risques liés au changement climatique sur les filières sensibles

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

##### 1- Définir la stratégie de la filière activités de pleine nature :

- Faire l'inventaire de l'offre sportive, le diagnostic de l'offre (qualitatif et quantitatif) en plaçant prioritairement les **filières pédestres, équestres et cyclables au cœur de la stratégie**
- Mettre en place une Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI) en intégrant pleinement la dimension « environnement »
- **Définir les modalités du Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires (PDESI)**, le déployer en lien avec les spécificités d'usages et animer le dispositif dans la durée

##### 2- Porter une stratégie autour de la filière vélo en vue d'un maillage territorial :

- Qualifier les itinéraires existants (marque « accueil vélos », participation aux comités d'itinéraires, déploiement d'actions de promotion...)
- **Accompagner les collectivités dans la mise en place de services qualitatifs en lien avec les travaux des Comités d'itinéraires** à tous types d'itinérants en priorité le long des grandes itinérances et des voies d'eau : aires de repos, bivouac, bornes de gonflage, bornes électriques, bornes WIFI, parking/casiers vélos, création d'une flotte de vélos électriques, etc.
- Valoriser les boucles vélos touristiques existantes
- Accompagner les EPCI qui s'engagent dans une réflexion de création de boucles cyclables touristiques en lien avec le déploiement de la politique vélo départementale
- Participer à la mise en tourisme des futures liaisons douces Montauban-Montricoux, Castelsarrasin-Beaumont de Lomagne et les liaisons...

## 8- Mettre en place des outils de pilotage des filières APN et itinérances

### DESCRIPTION DES ACTIONS (SUITE)

#### 3- Porter une stratégie autour de la filière pédestre :

- Réactualiser la **politique du PDIPR** du département
- Qualifier les itinéraires existants (marque « accueil Saint-Jacques », participation aux comités d'itinéraires, déploiement d'actions de promotion...)
- Poursuivre la valorisation des grands itinéraires (GR et GRP) dont les Chemins de Saint-Jacques de Compostelle (GR65, et GR36) et encourager les démarches innovantes (culturelles, évènements, animations ...)
- Créer le **topoguide départemental et/ou un outil numérique** des itinéraires de randonnée pour permettre d'équilibrer et structurer les territoires

#### 4- Porter une stratégie autour de la filière équestre dont la Route Européenne d'Artagnan (Route de Madame d'Artagnan)

5- Donner une visibilité aux côtés des territoires aux pratiques sportives territoriales et innovantes, notamment celles en lien avec les pratiques soutenues par la politique scolaire et associative (escalade, trails, VTT, canoës...)

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Formalisation des différents documents cadres
- Création de la CDESI

## 8- Mettre en place et prendre appui sur les outils de pilotage des filières APN et itinérances

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	<b>Pilotages</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conseil Départemental (tourisme, sports, voiries, environnement)</li> </ul>
	<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme,</li> <li>▪ TGCC, CAUE, DDCSPP, fédérations sportives, EPCI, Offices de Tourisme, PETR, Agence Française Chemins Compostelle (AFCC), Syndicat de l'Electricité (SDE) , Conservatoire National Botanique</li> </ul>
	<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Budget externe pour la formalisation du PDESI et du topo guide.</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme pour de la communication du CDESI</li> <li>▪ Budget dédié à mise en place des actions en fonction des 3 actions</li> <li>▪ Budget dédié à l'aménagement, l'entretien, le balisage GR/GRP(brigade verte)</li> <li>▪ Réflexion sur une nouvelle politique de soutien à la qualification des équipements (aires de service...), les études de jalonnement pour les boucles vélo, la pérennisation et à la qualification des activités de pleine nature</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> <li>▪ Dotation annuelle pour l'animation de la CDESI</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Déploiement des services les long des itinéraires structurants en commençant par la Vagabonde en 2023 puis les autres itinéraires à partir de 2024</li> <li>▪ Réactualisation de la politique du PDIPR du département en 2024</li> <li>▪ Création du CDESI en 2024 et rédaction du PDESI en 2025</li> </ul>

## 9- Animer les filières sensibles à la ressource en eau (fluvial / fluvestre, pêche, canoë-kayak, voile) et anticiper les conséquences du changement climatique

### PREALABLE

#### Contexte

Le Département du Tarn-et-Garonne est exposé aux conséquences du changement climatique. Les phénomènes actuels de sécheresse illustrent notamment les risques autour de la gestion de la ressource en eau et les potentiels conflits d'usages autour de pratiques touristiques et de loisirs.

#### Objectifs

- Enrichir l'offre pour favoriser l'allongement des séjours et l'étalement de la saisonnalité
- Anticiper les risques liés au changement climatique et penser le futur des filières à risques

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

##### 1- Accompagner la **dynamique de la filière fluvial / fluvestre** :

- Prendre part aux réflexions avec les parties prenantes et maintenir notre implication auprès des partenaires privilégiés (VNF...)
- Etudier l'opportunité de remise en navigabilité du Tarn au travers d'une étude avec le « Syndicat Mixte de Remise en Navigabilité du Tarn »
- Mettre en œuvre un plan d'actions de qualification et de développement de l'itinéraire canal des 2 mers, des aménagements des ports en lien avec les résultats de l'étude fluviale/fluvestre en cours
- Renforcer la collaboration avec les fédérations/comités sportifs par des actions de structuration, de valorisation...

2- Prendre connaissance et relayer les informations des « comités de gestion sécheresse » ou le **plan de gestion de la ressource en eau** pour préserver et limiter les conflits d'usages entre pratiques touristiques et résidentielles (filières pêche, canoë-kayak, randonnée nautique notamment) :

- Favoriser la prise en compte de la dimension touristique dans le cadre des SAGE (Schéma d'Aménagement et de Gestion de l'eau) & Contrats de Rivière en lien avec les territoires concernés
- Mettre en place les conditions de régulation des pratiques en périodes de tension (en particulier sur le lac de Gouyre et le lac de Tordre)
- Concevoir et valoriser un parcours d'interprétation à visée pédagogique sur la gestion de la ressource en eau

9- Animer les filières sensibles à la ressource en eau (fluvial / fluvestre, pêche, canoë-kayak, voile) et anticiper les conséquences du changement climatique

RÉSULTATS ATTENDUS

Indicateurs de suivi et de résultat :

- Nombre d'actions déployées suite aux études en cours

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (tourisme et environnement)</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ VNF, Région Occitanie, Tarn-et-Garonne Tourisme, EPCI, PETR, Offices de Tourisme, Préfecture, Agence de l'Eau, Fédérations sportives et syndicats de rivières</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Budget dédié à la mise en œuvre des actions</li> <li>▪ Révision de la politique de soutien départementale en matière des activités liées à l'eau</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b></li> <li>▪ Temps agent du département</li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Compte-rendu des études en cours en 2023 et 2024</li> <li>▪ Déploiement des actions à partir de 2024</li> </ul>

## 10- Mettre en cohérence le réseau des bases de loisirs du département et moderniser l'offre

### PREALABLE

#### Contexte

Plusieurs des bases de loisirs du Tarn-et-Garonne ont engagé le renouvellement et la modernisation de leur offre. Le Département peut assumer un rôle de coordinateur et d'animateur du réseau de bases pour garantir la structuration d'une offre attractive, accessible et qui réponde aux besoins des résidents du territoire.

#### Objectifs stratégiques

- Renforcer l'attractivité et la communication de la base de loisirs du Tarn et de la Garonne à Saint-Nicolas de la Grave sur les thèmes de la nature, du sport et des loisirs au travers des prestations proposées par la base de loisirs
- Proposer une offre attractive et accessible à tous les publics, permettant de mailler le territoire
- Proposer aux habitants et aux touristes une offre qualifiée et diversifiée
- Positionner les bases de loisirs comme relai d'information touristique
- Anticiper les conséquences liées à la pression sur la ressource en eau

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

1- Base de loisirs du Tarn et de la Garonne à Saint-Nicolas de la Grave : dans la continuité de l'étude prospective en cours, renforcer le positionnement de la base de loisirs départementale autour de l'apprentissage, la pédagogie et l'accès aux loisirs, sports et nature à destination des scolaires, sportifs, grand public familial et touristique.

2- Créer **et animer un réseau des bases de loisirs en collaboration avec les offices de tourisme** :

- Poser un diagnostic et définir une stratégie commune et complémentaire à l'échelle départementale dans le but de monter en gamme l'offre et diversifier l'offre
- Organiser une journée des loisirs dans toutes les bases de loisirs : découverte des sports et loisirs pleine nature pour un public familial avec une communication départementale
- Soutenir le développement de l'offre des bases de loisirs (accès à la baignade, accessibilité, communication sur activités, programmation d'animations, infrastructures)
- En lien avec les EPCI, identifier les aménagements nécessaires à la valorisation des bases (cheminements doux, lien avec la dynamique vélo mise en place par le département, bornes de VAE, ...) et réfléchir aux modalités d'accompagnement et d'appui
- Réfléchir au déploiement de bornes numériques d'information touristique en lien avec les Offices de Tourisme

3- Favoriser les démarches de reconnaissance de la qualité des bases de loisirs : ex Pavillon Bleu

## 10- Mettre en cohérence le réseau des bases de loisirs du département et moderniser l'offre

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Création du réseau
- Evolution de la fréquentation des bases de loisirs

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> <li>▪ Conseil Départemental (tourisme et sports)</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	TGCC, EPCI, offices de tourisme, DDSCPP, ARS
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ADEFPAT</li> <li>▪ Budget dédié à la mise en œuvre des actions</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme pour de l'animation du réseau</li> <li>▪ Révision et valorisation d'une politique de soutien départementale des bases de loisirs</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme pour l'animation du réseau</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mise en place du réseau des bases de loisirs dès 2024</li> <li>▪ Déploiement de bornes numériques d'information touristique en lien avec les Offices de Tourisme à partir de 2025</li> <li>▪ Organiser une journée des loisirs à partir de 2025</li> </ul>

# Axe C : Faire du Tarn-et-Garonne une destination accessible pour tous

---



## 11- Piloter le déploiement de la signalétique touristique départementale

### PREALABLE

#### Contexte

Les territoires ruraux et le Tarn-et-Garonne en particulier est parsemé de panneaux d'information ou de publicités en tout genre qui peuvent constituer de réelles atteintes à la qualité paysagère et quand ils sont trop nombreux, peuvent nuire à la lisibilité de l'information dispensée. La charte SIL est un outil qui régleme les conditions d'obtention, d'utilisation et d'implantation des panneaux.

#### Objectifs

- Favoriser l'implantation de dispositifs de qualité
- Renforcer l'identité du territoire
- Préserver la qualité paysagère tout en maintenant l'information nécessaire aux touristes et aux habitants sur l'existence de services, activités préalablement identifiés comme cibles à valoriser.

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

##### 1- Définir les objectifs et les critères de la charte de signalisation touristique départementale :

- Faire le diagnostic de l'existant
- Limiter la pollution visuelle en démontant les équipements ou panneaux obsolètes
- Lancer une Assistance à Maîtrise d'Ouvrage pour uniformiser la signalisation (localisation, couleur, contenu), définir les catégories d'activités à signaler, les critères d'admissibilité et le niveau d'intervention du Conseil Départemental
- Etablir les modalités de suivi / contrôle et de gestion de la banque de données numériques

##### 2- Diffuser l'information auprès des bénéficiaires pour qu'ils s'approprient la charte de signalisation touristique (obligations, compréhension de la démarche, etc.)

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Création de la charte
- Nombre de demandes de signalisation instruites par thème retenu et nombre de demandes validées

## 11- Piloter le déploiement de la signalétique touristique départementale

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conseil Départemental (Tourisme et Voirie)</li></ul>
	<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ TGCC, Tarn-et-Garonne Tourisme, EPCI, Chambres consulaires et CAUE, offices de tourisme, ABF</li></ul>
	<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Moyens financiers :</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ Budget dédié à la mise en œuvre des actions</li></ul></li><li>▪ <b>Moyens humains :</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ Temps agent du département</li></ul></li></ul>
	<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lancement de l'AMO : 2023</li><li>▪ Rédaction de la charte de signalisation touristique : 2024</li></ul>

## 12- Travailler en lien avec les territoires et les socioprofessionnels sur des projets collectifs autour des mobilités alternatives

### PREALABLE

#### Contexte

Situé à un carrefour de réseaux autoroutier et ferroviaire, notre département a su préserver son identité rurale. En cohérence avec les orientations de mobilités actées par la Région Occitanie, le département souhaite favoriser des possibilités d'expérimentations et d'innovations en lien avec les EPCI autour du déploiement de l'intermodalité. Ces travaux seront menés dans la perspective de l'arrivée prochaine de la LGV sur notre territoire.

#### Objectifs stratégiques

- Structurer la chaîne de services du tourisme en agissant sur les mobilités plus durables
- Proposer des solutions alternatives à la voiture pour se déplacer en Tarn-et-Garonne
- Renseigner les touristes sur les mobilités alternatives
- Garantir la facilité des déplacements tout au long du parcours-client
- Définir des "portes d'entrée" touristiques et une armature départementale
- Participer au rééquilibrage du territoire

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

##### 1- Renforcer l'articulation des actions entre le Département et la Région, compétente en matière de transports et de mobilités mais également avec l'Etat :

- Répertorier les initiatives et actions portées par les EPCI / PETR
- Renforcer le dialogue territorial autour des mobilités touristiques rurales en lien avec la Région, les services de l'Etat et les EPCI afin de garantir un équilibre sur l'ensemble du territoire
- Co-construire et promouvoir avec le CRTL une offre touristique responsable dans le cadre du projet porté par la Région « Occitanie Rail Tour »

**2- Créer une page « mobilités durables » sur le site internet de Tarn-et-Garonne Tourisme et du Conseil Départemental** pour communiquer sur le réseau des bus régionaux LIO, les offres locales, les offres de l'agglomération, les réseaux de covoiturage, les aires de co-voiturage, le lien vers le site de la SNCF, vers les bus-aéroport, les bornes de recharge, les bornes vélo, les offres de services de transport de bagages et de personnes...

**3- Créer des relais d'informations touristiques dans les gares, aire d'autoroute du Bois de Doure ...**

**4- S'intégrer dans les dynamiques régionales autour du développement du ferroviaire (Plan Rail 2020-2030) : soutenir le développement du ferroviaire notamment en période estivale en lien avec la SNCF et les EPCI**

## 12- Travailler en lien avec les territoires et les socioprofessionnels sur des projets collectifs autour des mobilités alternatives

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Mise en synergie de l'action départementale, régionale et intercommunale
- Création et actualisation de la page « mobilités durables »

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Gouvernance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (voirie et attractivité)</li> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	Région, SNCF, EPCI, PETR, Syndicat de l'Electricité (SDE)
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme pour la création des pages internet Conseil Départemental et Tarn-et-Garonne Tourisme</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Création de la page internet « mobilités durables » à partir de 2024</li> </ul>

## 13- Accompagner les territoires et les gestionnaires de sites dans la préservation des espaces naturels et culturels

### PREALABLE

#### Contexte

Des flux touristiques mal maîtrisés peuvent avoir un impact négatif sur la biodiversité et les écosystèmes en exerçant une pression sur les espaces. Si le Tarn-et-Garonne n'est à ce jour que peu exposé à ces risques de saturation, certains sites sensibles (Gorges de l'Aveyron notamment) sont vulnérables et nécessitent une gestion raisonnée pour en préserver la valeur paysagère.

Le Département compte par ailleurs 16 Espaces Naturels Sensibles, dont 7 en maîtrise d'ouvrage directe, qui ont vocation à être ouverts au public et participent de ce travail de sensibilisation à la préservation des espaces.

#### Objectifs stratégiques

- Limiter les conflits d'usages et les dégradations de l'environnement / la pression sur les écosystèmes et la biodiversité
- Sensibiliser à la préservation de la biodiversité et de l'environnement
- Favoriser la diffusion des flux sur tout le territoire

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

**1- Dans le cadre de leur ouverture au public, valoriser auprès du grand public les Espaces naturels Sensibles (ENS) et relayer les animations en garantissant la préservation de l'intégrité de la biodiversité :**

- Accompagner la mise en œuvre des plans de gestion pour chaque ENS en maîtrise d'ouvrage directe et leur mise en visite auprès du grand public en cohérence avec les conclusions du diagnostic écologique
- Valoriser et mettre en tourisme de façon raisonnée les ENS départementaux : aménagements doux, mobilier, sentiers et dispositifs d'interprétation, stationnement vélo, sécurisation... (tels que définis dans le cadre des plans de gestions)
- Coconstruire avec le tissu associatif local un programme d'animations ciblées dans les différents ENS à destination des scolaires comme du grand public
- Poursuivre l'animation du site internet des ENS du département et le travail de relai de l'agenda par Tarn-et-Garonne Tourisme et les Offices de Tourisme

**2- Accompagner les gestionnaires de sites sensibles à une gestion fine des flux :**

- Déployer des dispositifs d'observation des flux touristiques (de type Affluence, WAZE, Outdoor Vision...) et assurer le suivi dans le temps via la mise en place d'éco-compteurs mobiles sur des périodes sensibles

## 13- Accompagner les territoires et les gestionnaires de sites dans la préservation des espaces naturels et culturels

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Nombre d'ENS ouverts au public (scolaires, grand public dont Tarn-et-Garonnais)
- Mise en place d'un programme annuel d'animations et mobilisation des partenaires
- Suivi de la fréquentation des sites équipés d'éco-compteurs mobiles

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (environnement et tourisme)</li> </ul>
	<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> <li>▪ Réseau d'associations partenaires : CAUE, CPIE Quercy-Garonne, Fédérations de pêche et de chasse, association Campagnes Vivantes 82, Société des Sciences Naturelles du Tarn-et-Garonne ...</li> </ul>
	<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Budget dédié à la mise en œuvre de l'aménagement (environnement), à un outil de gestion des flux</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme pour de la communication</li> <li>▪ Poursuite de la politique de soutien départemental aux associations</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ouverture au public à partir de 2024</li> <li>▪ Acquisition d'un outil de gestion des flux à partir de 2025</li> </ul>

## 14- Favoriser l'accessibilité des offres auprès de tous les publics

### PREALABLE

#### Contexte

Le Tarn-et-Garonne connaît des disparités territoriales sur les plans économique et social. Cela pose des enjeux d'accessibilité des offres de loisirs auprès de l'ensemble des publics (familles, publics modestes, personnes en situation de handicap, etc.). A ce titre, le département souhaite s'orienter vers une politique plus sociale en faveur d'une pratique des loisirs et des vacances à destination du plus grand nombre.

Il s'agit ici de faire monter en puissance les actions menées par Tarn-et-Garonne Tourisme, notamment autour de la marque « Tarn-et-Garonne en famille » et du « club des sites ».

#### Objectifs stratégiques

- Garantir l'accessibilité pour tous dans une démarche d'inclusion

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu

##### 1- Mettre en place des dispositifs à destination des familles du territoire :

- Agir pour le départ en vacances des publics « empêchés » par une coopération renforcée entre acteurs du tourisme, du social et de l'insertion : identifier les dispositifs sur la question du tourisme social
- Engager une réflexion sur l'évolution du dispositif du Club des Sites pour intégrer une approche vis-à-vis des clientèles famille
- Favoriser l'accessibilité des offres de loisirs et les sites patrimoniaux à travers le club des sites et le réseau des bases de loisirs

2- Poursuivre le déploiement de la marque « Tarn-et-Garonne en famille » en partenariat avec les Offices de Tourisme Intercommunaux

##### 3- Favoriser l'accessibilité des offres aux personnes en situation de handicap :

- Poursuivre les actions de sensibilisation auprès des professionnels et des collectivités et intensifier le déploiement du label "Tourisme et Handicap"

4- Améliorer l'accès à une information touristique de qualité 24h/24h en accompagnant le déploiement de bornes de wifi gratuites qui renvoient vers le site de Tarn-et-Garonne Tourisme

5- Segmenter l'offre par typologies de clientèles (famille, ados, couple, groupes, tourisme d'affaires,...), et par les 4 saisons

## 14- Favoriser l'accessibilité des offres auprès de tous les publics

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- A définir selon la politique sociale définie
- Nombre de structures labellisées « Tourisme & Handicap »

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme (démarches qualité et marques)</li> <li>▪ Conseil Départemental (social et tourisme)</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acteurs du social, EPCI / OT</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mise en place d'une politique de soutien départementale</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Temps agent du département</li> <li>▪ Dotation annuelle allouée à Tarn-et-Garonne Tourisme pour de l'animation</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Offre à destination des PMR à partir de 2023</li> <li>▪ Offre à destination des familles à partir de 2025</li> <li>▪ Déploiement de bornes WIFI à partir de 2025</li> </ul>

# Axe D : Piloter le projet stratégique pour répondre aux nouveaux défis

---



## 15- Accompagner les acteurs impliqués dans une stratégie de promotion de territoires et/ou leurs projets touristiques durables

### PREALABLE

#### Contexte

Les EPCI, en tant que propriétaires de nombreux équipements touristiques, jouent un rôle majeur dans l'aménagement touristique du territoire. Or, ceux-ci ne disposent pas nécessairement des ressources suffisantes, techniques ou financières, pour mener à bien leur projet. Le Département peut jouer un rôle d'expert auprès d'eux en leur fournissant outils et ingénierie en lien avec le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL).

#### Objectifs stratégiques

- Etre un levier technique et financier pour permettre la montée en gamme et la modernisation de l'offre orientées vers des démarches plus vertueuses
- Inciter les territoires à intégrer la stratégie durable du département

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

##### 1- Refondre la politique d'aides départementales à destination des associations :

- Réfléchir à l'intégration de critères de sélection de projets en cohérence avec le schéma départemental du tourisme (uniquement sur certaines filières, certains produits, etc.)
- Conditionner les aides à des critères d'éco-conditionnalité (transition écologique et sociale)
- Conditionner les aides à un affichage du département sur les outils de communication, de promotion,
- Maintenir les aides aux associations en lien avec les ENS et la valorisation touristique du département

##### 2- Refondre la politique d'aides départementales à destination des collectivités locales :

- Réfléchir à l'intégration de critères de sélection de projets en cohérence avec le schéma départemental du tourisme (uniquement sur certaines filières, certains produits, etc.)
- Conditionner les aides à des critères d'éco-conditionnalité (transition écologique et sociale)
- Conditionner les aides à des démarches de qualité (classement en étoiles, Gîtes de France, Clévacances ...)
- Accompagner les études de jalonnement pour la création de boucles cyclables touristiques dans le cas où la Région co-finance dans le cadre de son SRDTL

3- Se donner les moyens de pouvoir accompagner un/des projets d'intérêt touristique et innovant pour le territoire

## 15- Accompagner les acteurs impliqués dans une stratégie de promotion de territoires et/ou leurs projets touristiques durables

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Mise en œuvre d'une nouvelle politique d'aides départementales
- Nombre de sollicitations des communes et des associations sur la thématique « tourisme »

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conseil Départemental (développement local et affaires européennes et tourisme)</li></ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li></ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Moyens financiers :</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ Budget dédié à la mise en œuvre du nouveau dispositif de soutien</li></ul></li><li>▪ <b>Moyens humains :</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ Temps agent du département</li></ul></li></ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entrée en vigueur du nouveau dispositif de soutien en 2024</li></ul>

## 16- Créer les conditions visant à favoriser les investissements touristiques durables

### PREALABLE

#### Contexte :

Face au constat du manque de visibilité et d'effacement du territoire souffrant d'un manque d'identité et du vieillissement de l'offre notamment en matière d'hébergement, dans un cadre législatif contraint par l'entrée en vigueur de la Loi Climat et Résilience, la question du renouvellement et de la modernisation des équipements existants s'impose.

#### Objectifs :

- Rendre le territoire attractif pour faire venir les porteurs de projets notamment pour la reprise de la petite hôtellerie, hôtellerie de plein air et restauration rurale et permettre la création d'emplois
- Stimuler la modernisation de l'offre et les investissements / réinvestissements

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

##### 1- Mener une réflexion visant à créer les conditions de soutien aux projets touristiques en lien avec les politiques régionales et intercommunales :

- Identifier les possibilités de partenariats avec les EPCI pour un conventionnement de délégation de la compétence en immobilier d'entreprises touristiques
- Conditionner les aides à des critères d'éco-conditionnalité (transition écologique et sociale)

##### 2- Faciliter le parcours des porteurs des projets pour favoriser les investissements :

- Créer une plateforme numérique qui aura pour vocation à accroître la notoriété et le rayonnement du département afin d'attirer des touristes et des investisseurs et renforcer et équilibrer l'offre de services des territoires :
  - Rédiger un guide numérique du « qui fait quoi ? » en lien avec le département, les consulaires, Tarn-et-Garonne Tourisme, les EPCI, les OTI pour rendre plus lisible les compétences des différents organismes intervenant dans le tourisme et le développement économique et les possibilités d'accompagnement à la réalisation du projet.
  - Valoriser les territoires, les services, les offres de reprises d'entreprises...sur une plateforme départementale unique pour une meilleure lisibilité
- Créer un groupe de travail pour mener les réflexions utiles à la création de cette plateforme.

##### 3- Mener une réflexion visant à créer les conditions de soutien sur des thématiques aux opérateurs économiques dans le cadre de partenariat

## 16- Créer les conditions visant à favoriser les investissements touristiques durables

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Nombre de projets soutenus
- Création de la plateforme numérique et fréquentation

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conseil Départemental (tourisme)</li></ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li><li>▪ EPCI/OTI</li><li>▪ Consulaires</li><li>▪ Filières</li></ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Moyens financiers :</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ Budget dédié à la mise en œuvre de la plateforme départementale</li></ul></li><li>▪ <b>Moyens humains :</b><ul style="list-style-type: none"><li>▪ Temps agent du département</li></ul></li></ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entrée en vigueur de la plateforme numérique en 2025</li><li>▪ Mise en place de conventions dès 2024 ou 2025</li></ul>

## 17- Renforcer la collaboration avec les Offices du Tourisme

### PREALABLE

#### Contexte :

La mise en place du Club des Directeurs a permis de créer une nouvelle dynamique de mobilisation des Offices de Tourisme par Tarn-et-Garonne Tourisme, dans une démarche de co-construction et de partage.

L'action départementale en matière de tourisme doit s'inscrire en complément de celle des Offices de Tourisme (et de leurs territoires), au service de l'attractivité globale de la destination.

#### Objectifs stratégiques :

- Favoriser la réflexion collective
- Fédérer les Offices de Tourisme autour d'une vision commune

### DESCRIPTION DES ACTIONS

#### Contenu :

##### 1- Poursuivre les réflexions autour de la mutualisation des moyens et ressources avec les Offices de Tourisme :

- Mobiliser les Offices de Tourisme dans la mise à jour des bases de données
- Avoir une posture de veille et de partage de bonnes pratiques auprès des territoires en matière de stratégie d'accueil et marketing, déployer des actions de communication conjointes, des outils numériques (vidéothèque, photothèque...)
- Surfer sur l'organisation de grands évènements sportifs (Coupe du Monde du Rugby, JO 2024, championnat d'Europe de roller, Tour de France...), culturels (Lettres d'Automnes, l'Etonnant été de Tarn-et-Garonne Culture...), festivals (Montauban en scène, Festival des Voix, Festival des Lanternes...), convention d'affaires (Congrès des Pompiers en 2023...) ... pour favoriser des retombées économiques et touristiques sur le territoire
- Initier la venue d'évènements promotionnels (émission Carte aux trésors...), de blogueurs/influenceurs pour le territoire
- Co-organiser certains événements
- S'appuyer sur les Offices de Tourisme en mobilisant les professionnels et les élus locaux
- Renforcer le lien entre les Offices de Tourisme et les labels de qualité (Gîtes de France, etc.)

##### 2- Animer le Club des Directeurs :

- Préciser la feuille de route du Club des Directeurs et l'orienter en mode « projet », pour mobiliser autour de problématiques communes et partagées
- Mobiliser l'ensemble des Offices de Tourisme dans le dispositif en favorisant le partage d'expériences
- Définir les modalités logistiques de mobilisation du Club

## 17- Renforcer la collaboration avec les Offices du Tourisme

### RÉSULTATS ATTENDUS

#### Indicateurs de suivi et de résultat :

- Nombre de projets communs

### MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

<b>Pilotage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tarn-et-Garonne Tourisme</li> </ul>
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conseil Départemental (tourisme)</li> <li>▪ Offices de Tourisme</li> <li>▪ PETR</li> </ul>
<b>Moyens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Moyens financiers :</b></li> <li>▪ Budget d'actions communes à définir</li> <li>▪ <b>Moyens humains :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dotation annuelle à Tarn-et-Garonne Tourisme pour l'animation</li> <li>▪ Temps agent du département</li> </ul> </li> </ul>
<b>Repères calendaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Préciser la feuille de route du Club des Directeurs des Offices du Tourisme mis en place en 2023</li> <li>▪ Les mobiliser autour de problématiques communes et partagées</li> </ul>

# Synthèse

---

Piste d'actions		2023	2024	2025	2026	2027	2028
1	Structurer une marque touristique territoriale interne pour fédérer les acteurs départementaux	Priorité n°1 : agence de communication pour définition marque	Déclinaison de la stratégie de marque touristique Mobilisation des acteurs				
2	Développer les coopérations transdépartementales et régionales	Création Comités d'itinéraires ou COFIL	Mise en place du contrat de destination	Déclinaison plan d'actions du Contrat de Destination, J13, Top 14, G4 et Grands Sites d'Occitanie			
3	Diffuser la culture touristique auprès des parties prenantes : élus, résidents, corporations connexes	Présentation schéma / chiffres-clés	Déclinaison plan d'actions en mobilisant les élus, le réseau d'acteurs ...				
4	Faire évoluer les outils d'observation et d'évaluation des politiques publiques	Evolution progressive de l'observatoire					

5	Incarner une filière touristique forte autour du terroir, des savoir-faire et des bons produits	Création et animation réseau des partenaires	Rdv lancement de saison	Valorisation des circuits courts, de l'oénotourisme, des savoir-faire... au travers d'actions de promotion, communication...			
6	Déployer, autour de l'Abbaye de Belleperche, lieu majeur culturel, une action touristique qui rayonne sur le Tarn-et-Garonne	Etude archéologique	Etudes complémentaires de programmation	Mise en tourisme			
7	Consolider le maillage de sites culturels, muséaux et patrimoniaux à l'échelle du département	Révision schéma culturel	Révision de la politique de soutien existante	Participation au schéma départemental culturel Animation Club des Sites Qualification de l'offre			
8	Mettre en place et prendre appui sur les outils de pilotage des filières APN et itinérances	Mise en place de services le long de la Vagabonde	Création du Topoguide Actualisation PDIPR Création CDESI	Rédaction du PDESI	Déploiement et animation du PDESI		
9	Animer les filières sensibles à la ressource en eau (fluvial / fluvestre, pêche, canoë-kayak, voile) et anticiper les conséquences du changement climatique	Compte-rendu des études en cours		Déclinaison d'un plan d'actions suite aux études			
10	Mettre en cohérence le réseau des bases de loisirs du département et moderniser l'offre	Révision schéma culturel	Création et animation réseau des bases de loisirs	Déploiement bornes d'informations Création journée des loisirs	Animation du réseau		

Piste d'actions		2023	2024	2025	2026	2027	2028
11	Piloter le déploiement de la signalétique touristique départementale	Lancement de l'AMO de la SIL	Rédaction de la charte de signalisation touristique	Déploiement de la signalétique selon la charte			
12	Travailler, en lien avec les territoires et les socioprofessionnels, des projets collectifs autour des mobilités alternatives	Offre régionale « Rail Tour »	Création de la page internet « mobilités durables »	Participation aux dynamiques régionales et territoriales			
13	Accompagner les territoires et gestionnaires de site dans la préservation des espaces naturels et culturels		Ouverture au public des ENS à partir de 2024	Acquisition d'un outil de gestion des flux	Mise en tourisme des ENS		
14	Favoriser l'accessibilité des offres auprès de tous les publics	Déploiement des démarches de qualification des offres		Déploiement des bornes WIFI	Mise en place de dispositifs pour garantir l'accessibilité de tous		
15	Accompagner les acteurs impliqués dans une stratégie de promotion de territoire et/ou leurs projets touristiques durables		Entrée en vigueur dispositif de soutien	Déploiement de la politique de soutien touristique			
16	Créer les conditions visant à favoriser et attirer les investissements touristiques		Mise en place des conventions	Entrée en vigueur plateforme numérique			
17	Renforcer la collaboration avec les Offices du Tourisme	Animation du réseau des offices de tourisme et mise en place d'actions mutualisées					