



Etude pour la Structuration des OTSI en cohérence avec le projet de développement d'un tourisme durable du Pays Midi-Quercy

Le Diagnostic

Phase 1



Novembre 2011



PROTOURISME

21, place de Grandjean - 33440 Ambarès
Tel : 05 57 77 59 60 - Fax : 05 57 77 59 61
E. Mail : bordeaux@protourisme.com
Site Internet : www.protourisme.com/



SOMMAIRE



- ⇒ **Rappel des 3 phases de la Mission :** p 4
- ⇒ **Le Pays Midi-Quercy/Présentation/Offre touristique du territoire** p 6
- ⇒ **Information, communication, commercialisation – les Outils** p 33
- ⇒ **L’Office de Tourisme du Futur : Incidences pour les OTSI de MQ** p 59
- ⇒ **L’organisation touristique territoriale actuelle en MQ** p 69
- ⇒ **La stratégie touristique du PMQ : Programme d’actions touristiques durables** p 79
- ⇒ **Zoom sur les Offices de Tourisme de Midi-Quercy** p 89
- ⇒ **Entretiens avec les élus** p 114
- ⇒ **Entretiens avec les socioprofessionnels et les acteurs institutionnels** p 124
- ⇒ **Les premiers enseignements du Diagnostic** p 137
- ⇒ **Pourquoi tendre vers une logique de regroupement** p 140
- ⇒ **La prochaine étape** p 153



RAPPEL DES 3 PHASES DE LA MISSION



Une Mission en 3 PHASES

1

**DIAGNOSTIC DYNAMIQUE DE
FONCTIONNEMENT DU PAYS
MIDI-QUERCY
ORGANISATION ACTUELLE**

Mettre à plat l'organisation et la structuration touristique actuelle pour bâtir celle de demain et lister les obstacles au développement d'une nouvelle structuration.

2

**PROPOSITION DE 2 OU 3
SCENARII DE STRUCTURATION
TOURISTIQUE**

Elaborer les scenarii les plus pertinents pour une nouvelle structuration touristique à l'échelle du Pays Midi-Quercy.

3

**EVALUATION DE LA
FAISABILITE ECONOMIQUE,
FINANCIERE ET JURIDIQUE DU
SCENARIO RETENU PAR LE
MAÎTRE D'OUVRAGE**

Evaluer les moyens nécessaires pour cette nouvelle organisation et la faisabilité du scénario retenu.



LE PAYS MIDI – QUERCY
PRESENTATION
OFFRE TOURISTIQUE
DU TERRITOIRE

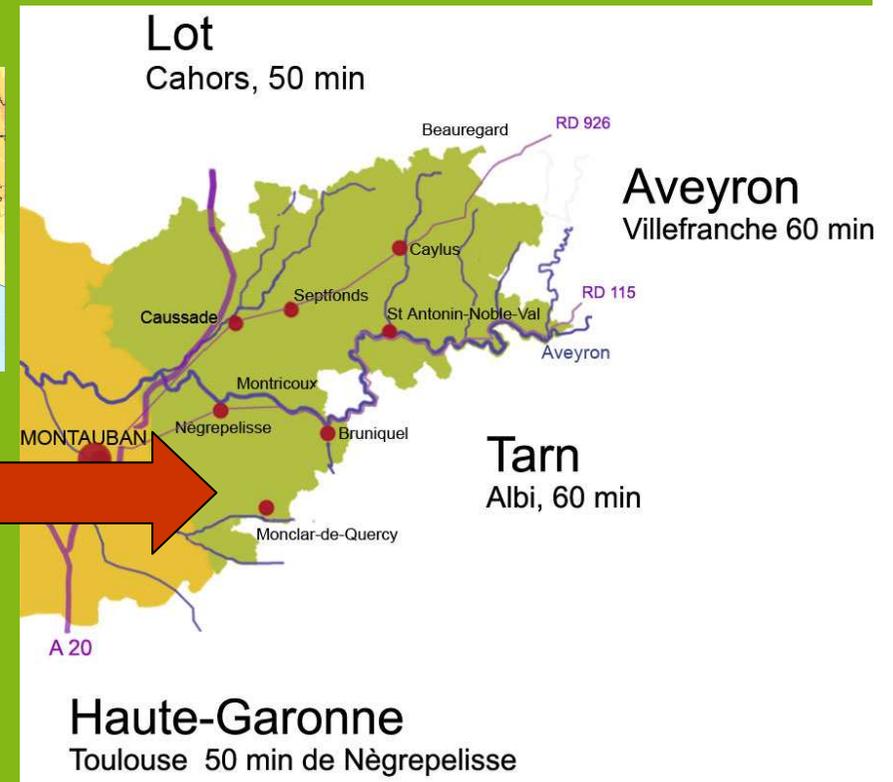
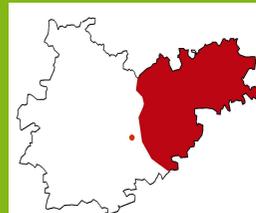
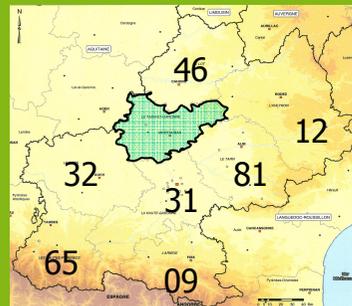


DONNEES SOCIO-GEOGRAPHIQUES

Situé à l'Est du Tarn-et-Garonne, le Pays Midi-Quercy regroupe 4 Communautés de Communes pour 49 communes totalisant 45.580 habitants (Insee 2010) sur 1.223 km².

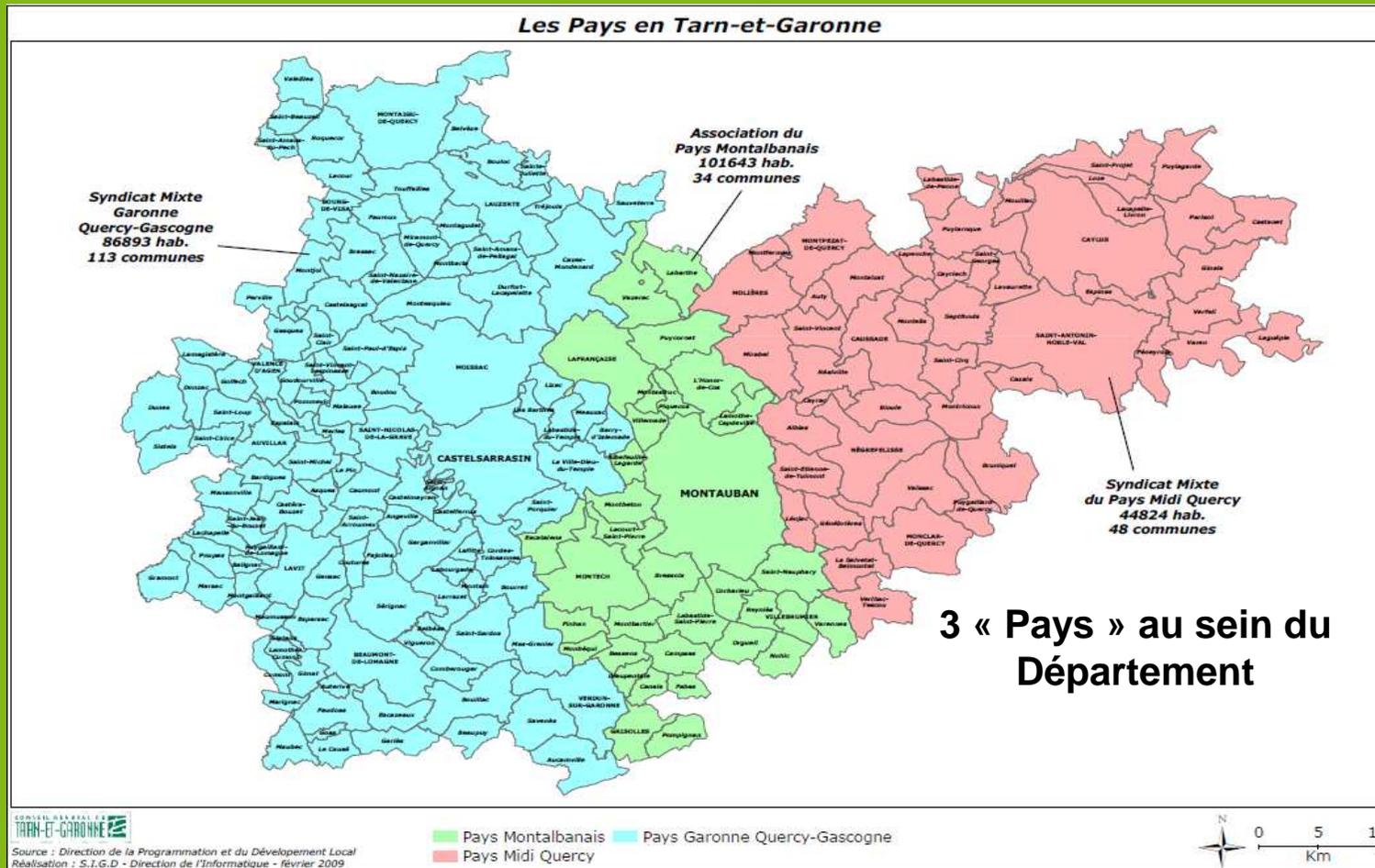
Localisé au nord de Toulouse le Pays MQ s'étend des portes de Montauban à celles de Villefranche-de-Rouergue, entre Vallée de l'Aveyron et contreforts du Massif Central.

Le Pays Midi-Quercy représente 1/3 de la superficie du Département du Tarn et Garonne pour 19% de sa population (3% de la superficie régionale et 2% de la population régionale).





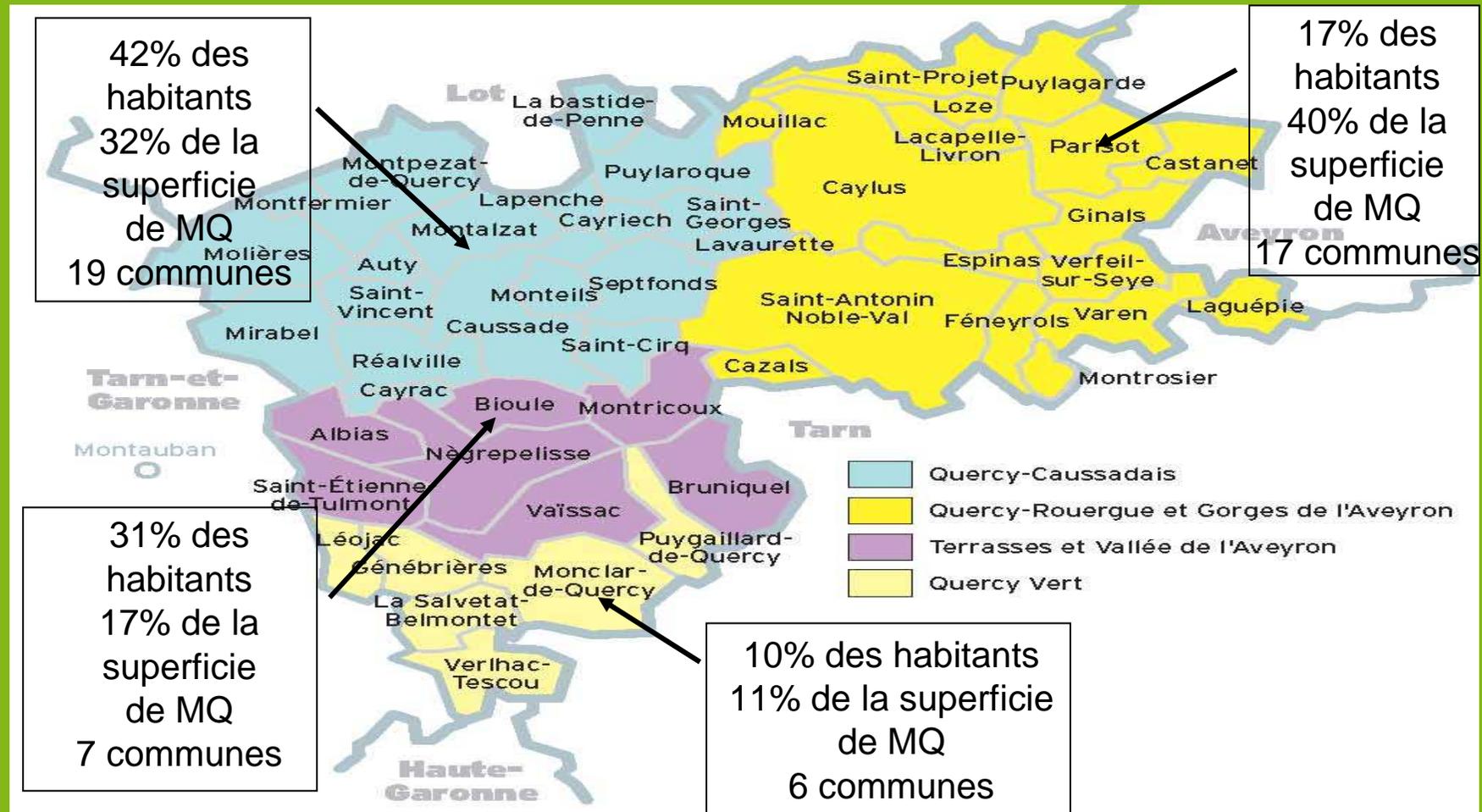
COMMUNES ET INTERCOMMUNALITES



Le Pays Midi-Quercy, l'intercommunalité la mieux « organisée » du Tarn-et-Garonne



COMMUNES ET INTERCOMMUNALITES





LES GRANDES ETAPES

Le Pays Midi-Quercy est **l'outil coopératif de 4 Communautés de Communes** associées pour organiser l'aménagement du Territoire au niveau local autour d'un **projet commun**.

⇒ **Le 20 décembre 2002**, le CRADT Midi-Pyrénées valide le dossier de **périmètre définitif** du Pays Midi-Quercy.

⇒ **Le 07 janvier 2003**, le Syndicat Mixte du Pays Midi-Quercy est créé par arrêté préfectoral.

⇒ **Depuis 2003**, le Syndicat Mixte du Pays regroupe les élus des quatre Communautés de Communes au sein d'une instance exécutive, **le comité syndical**.

Ces derniers décident à une échelle pertinente et globale de **promouvoir des actions contribuant au développement et à l'aménagement du Territoire Midi-Quercy**. Ces projets sont cofinancés par le Conseil Général, le Conseil Régional, l'Etat et l'Europe, dans le cadre du « **Contrat de Pays** » pluriannuel. Les projets développés sont évalués au regard de la **charte commune de développement durable**.



LES GRANDES ETAPES

Le 1er Contrat de Pays a permis d'accompagner de 2004 à 2008, **253 opérations**, représentant un coût global de **58 millions d'euros dont 16% ont été alloués à des projets touristiques** (infrastructures, réseau des offices de tourisme et syndicats d'initiative,...).

Il a aussi permis de bénéficier d'un **programme européen LEADER +** sur la thématique « **Valorisation du Patrimoine Naturel et Culturel** » avec une enveloppe de plus de 1,7 M d'euros concernant 125 opérations dans le territoire.

Dans la continuité des schémas élaborés précédemment, **la nouvelle convention territoriale (2008 - 2013)** s'attache à poursuivre le **projet de développement durable du territoire** via 3 axes : « Un territoire équitable, un territoire viable, un territoire vivable ».

La priorité retenue pour le territoire est « **l'innovation sociale et environnementale** ».

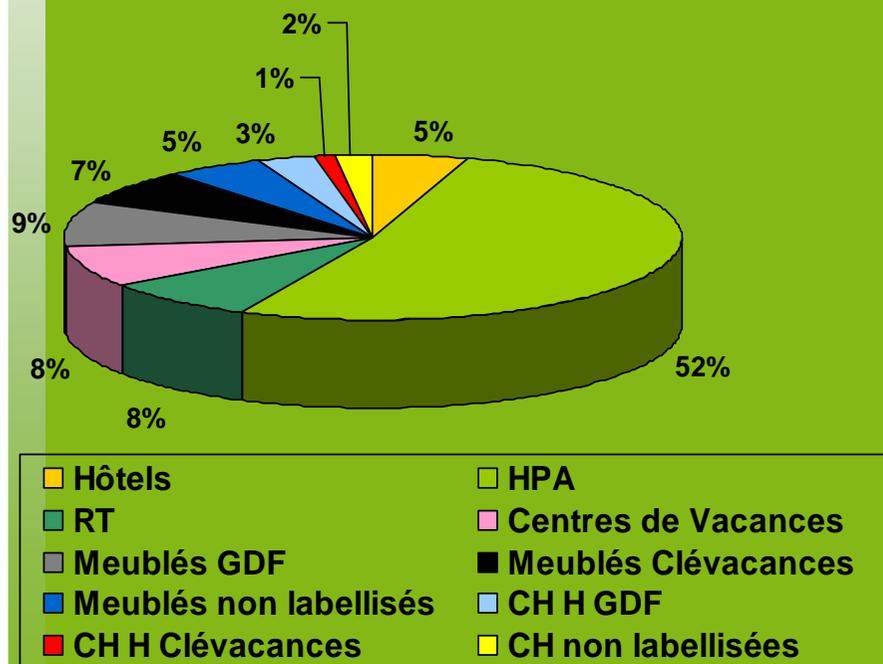
Une enveloppe de **1.806.755 €** de fonds européens a été accordée pour mettre en œuvre cette politique.



Le Tourisme, un vecteur de développement économique important

■ Le territoire de Midi Quercy présente une capacité d'accueil en hébergements touristiques marchands de près de 5.700 lits, soit environ 40% des lits touristiques marchands du Département (15.225 lits).

- Avec 19 campings et près de 1.000 emplacements (53 emplacements/camping), l'hôtellerie de plein-air totalise 52% des lits touristiques marchands du Pays MQ dont 10% de l'offre en 4 étoiles, 45 % en 3 étoiles, 43% en 2 étoiles, 2% non classé. L'hôtellerie de plein-air de Midi Quercy représente 44% des emplacements en HPA du Département. La CdC QRGA concentre 42% des emplacements en HPA du Pays, celle du QC 31%, la CdC T et VA 25% pour seulement 2% pour la CdC QV.





- **L'hôtellerie du MQ**, avec 11 établissements, et près de 300 lits (149 chambres), ne représente que **5% des lits touristiques marchands du Pays Midi Quercy** (mais 12% des lits hôteliers départementaux : 2.443 lits hôteliers dans le Tarn et Garonne en 2010).

Une prégnance du segment 2* avec 71% des lits hôteliers homologués du MQ (+28 points/moyenne nationale). Une sous représentation de l'hôtellerie 3* avec 1 seul établissement de 10 chambres.

Une absence d'établissements de très bon confort et une insuffisance d'établissements de caractère, d'hébergements de charme et/ou thématisés.

Un confort de vacances bien souvent en deçà des standards de qualité que le consommateur citoyen peut connaître chez lui (3 établissements dans le Guide Michelin dont 1 seul de bon confort).



Le segment intermédiaire (dans une logique de nuitées d'agrément), n'est plus forcément le créneau le plus porteur et cela se traduit par une *baisse des nuitées d'agrément* sur le plan national dans les hébergements dont le niveau qualitatif est inférieur au 3 étoiles ou équivalent.

Des établissements hôteliers qui peuvent apparaître comme non adaptés aux attentes des clientèles touristiques en termes de prestations, de services et de confort, de plus-produits (spa, piscines, modularité des chambres, chambres familiales, chambres design,...) et ce parfois malgré des travaux de décoration et de rénovation. **La Commune de Caussade, à elle seule, concentre 45% des lits hôteliers du Pays Midi Quercy** (seulement 22 chambres sur le secteur des Gorges de l'Aveyron).

Une moyenne (faible) de 13 chambres par hôtel qui peut pénaliser l'accueil de la clientèle « groupes ».

Notons tout de même que le nombre de lits touristiques en meublés non labellisés est équivalent à celui des lits en hôtellerie.



- **Les meublés et gîtes ruraux** (217 structures) représentent **21% des lits touristiques marchands** de Midi Quercy avec 1.170 lits dont 43% de Meublés Gîtes de France, 32% de Meublés Clévacances, et 25% de meublés non labellisés. **Une offre relativement qualitative** avec une prégnance du 3 épis, 3 clés, l'existence de **gîtes de charme et de caractère** et même d'un gîte 5 épis. A noter que Midi Quercy à lui seul totalise 36% des lits en gites ruraux et meublés du Département.
- La seule capacité d'accueil en **Résidence de Tourisme** du Département se situe à Monclar-de-Quercy avec 456 lits (de niveau 2 étoiles) repartis dans 113 chalets sur 7 hectares (8% des lits touristiques marchands du Pays MQ).
- **Les hébergements collectifs et centre de vacances** avec notamment le village de gîtes de Caylus (en vente) ainsi que le parc de loisirs le Failhal à Monptezat de Quercy (385 lits à eux deux) représentent 8% des lits touristiques marchands du Pays MQ avec 487 lits.



- **Les Chambres d'Hôtes** (avec près de 110 chambres) représentent environ **5% des lits touristiques marchands** de Midi-Quercy avec environ 300 lits dont 48% de CH Gîtes de France, 10% de CH Clévacances, et 42% de CH non labellisées. Le Pays Midi-Quercy concentre près de 28% des Chambres d'Hôtes du Département.

- Le territoire de Midi Quercy compte environ **3.104 résidences secondaires** pour près de **15.520 lits touristiques non marchands** (Insee 2006), soit 52% des lits en résidences secondaires du Tarn et Garonne (29.800 lits non marchands).

Le Pays Midi Quercy comptabilise au total 21.110 lits touristiques dont 74% de lits touristiques non marchands.

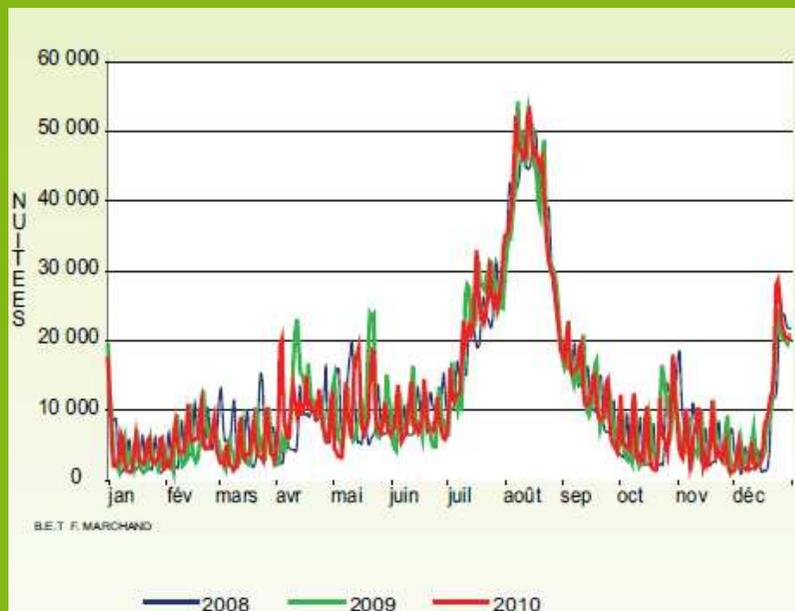
Le taux de fonction touristique du territoire = 0.46 (46 lits pour 100 habitants en Midi Quercy contre 19 lits pour 100 habitants pour l'ensemble du département) démontre le fort potentiel touristique du territoire Midi-Quercy.





- Le Département du Tarn et Garonne génère près de **4 millions de nuitées touristiques marchandes et non marchandes** (Méthode des flux François Marchand basée sur la mesure des écarts entre les entrées et les sorties journalières des visiteurs dans le Département).

Les nuitées en hébergements non marchands représentent plus de la moitié du volume globale des nuitées touristiques.



Une **très forte saisonnalité** des nuitées touristiques dans le département que l'on retrouve aussi dans le Pays Midi-Quercy avec une forte prégnance des mois de juillet et août. Le graphique met également en évidence le **poids des vacances scolaires** (vacances d'hiver, de printemps, d'été).



- **L'hôtellerie** génère 300.300 nuitées en 2010 (dont 10,5% de nuitées étrangères) pour 2.443 lits et 44 structures (contre 11 établissements et 300 lits pour le Pays Midi-Quercy).

Le taux d'occupation moyen hôtelier reste relativement faible avec 50,5% en 2010.

Une durée moyenne de séjour de 1,6 nuit (passage) et une prégnance de la clientèle affaires (notamment avec le pôle hôtelier de Montauban).

- **L'hôtellerie de plein-air** génère près de 173.000 nuitées en 2010 dans le Département du Tarn et Garonne (dont 31,5% de nuitées étrangères) pour 39 structures et environ 6.700 lits (contre 19 établissements et près de 3.000 lits en HPA en Midi-Quercy).

Les nuitées en HPA sont concentrées à plus de 81% sur les mois de juillet et août. Les nuitées en HPA dans le Midi-Quercy (environ 97.000 nuitées) représentaient en 2009 près de 55% des nuitées en HPA du Département avec 58% des nuitées réparties dans les campings classés 1 et 2 étoiles.



▪ **Des atouts touristiques incontestables...**

⇒ Le Midi-Quercy est un territoire aux **mille facettes** avec des entités de paysages « terriennes » qui gravitent autour d'une entité centrale « la rivière Aveyron » qui traverse d'Ouest en Est le territoire et façonne le paysage de méandres, de vallées, de plaines et de gorges.

C'est un territoire doté d'une **biodiversité exceptionnelle**, d'une **alchimie réussie** de couleurs, de caractères, de milieux, de panoramas et de points de vue avec les espaces préservés que sont les Gorges de l'Aveyron, les vallées de l'Aveyron et du Viaur, le secteur des Causses du Quercy, le Quercy blanc, le Quercy vert, les coteaux du Rouergue,...

⇒ **Une offre culturelle et patrimoniale de caractère pour le Pays Midi-Quercy mais une « personnalité en retrait ».**

L'offre culturelle et patrimoniale du Pays Midi-Quercy est marquée par l'existence de **cités historiques** au **bâti architectural remarquable** (Bruniquel, Saint-Antonin-Noble-Val, Caylus, Varen, Montpezat-de-Quercy, Montricoux,...).



▪ Des atouts touristiques incontestables...

Midi-Quercy compte plus de 80 sites et monuments inscrits et 23 sites et monuments classés et offre également une pluralité de lieux de visite et de découverte parmi lesquels : le Château de Bruniquel, l'Abbaye de Beaulieu, le Château de Cas à Espinas, le Château de la Reine Margot à Saint-Projet, le Château de Bioule, le Château de Laguépie, le Château de Labro à Parisot , le Château de Nègrepelisse, la Collégiale St Martin à Montpezat de Quercy, le musée Marcel Lenoir à Montricoux, la Maison Payrol à Bruniquel, le musée archéologique de Saint Antonin Noble Val, le centre d'interprétation du patrimoine à Caylus, le Petit Paris, capitale en miniature à Vaissac, le site du Campement Préhistorique de Bruniquel,...

⇒ **Une situation géographique stratégique (A20, A62) à 1 heure de Toulouse.** La proximité (rayon de 50 km) de sites notoires tels les bastides de l'Albigeois et les Châteaux perchés du Rouergue (Cordes, Najac, Villefranche-de-Rouergue : Grands Sites de Midi-Pyrénées, Penne, Puycelci, Castelnau de Montmirail) est un formidable atout, tout comme la proximité de Montauban (labellisée « Ville d'art et d'histoire » qui ambitionne de rejoindre très prochainement les "Grands Sites" de Midi-Pyrénées), d'Albi (patrimoine mondial de l'UNESCO).



▪ Des atouts touristiques incontestables...

⇒ **Des sites de visite sur la thématique « patrimoine naturel »** : les Jardins de Quercy à Verfeil/Seye, la Grotte du Bosc à Saint Antonin Noble Val,...

⇒ **Une programmation événementielle variée, un territoire animé à l'instar des nombreuses festivités suivantes** : le Festival des Châteaux de Bruniquel (Opéra bouffe), les Estivales du Chapeau à Caussade et Septfonds, Tractomania à Caussade, la Fête des Battages et la Fête des Moissons à Saint Antonin Noble Val, le Festival de Langue Occitane et la Fête de la Châtaigne à Laguepie, le Festival de Jazz de Nègrepelisse, de Montpezat de Quercy, la Fête du Cheval à Monclar de Quercy, les Cavalcades à Réalville (écuries des elfes blancs), la Fête du Vin organisée par le Syndicat des Vins des Coteaux du Quercy à Montpezat de Quercy,...

⇒ **Des atouts liés à l'art du bien vivre, aux savoir-faire, à la gastronomie** : 32 fermes « Label Bienvenue à la Ferme » en Midi-Quercy sur les 69 présentes dans le Département. **Développement, organisation de circuits « découverte », visites d'ateliers et d'entreprises artisanales** autour de produits emblématiques : safran, trufficulture, chapeau, les Vignerons du Quercy, les Conserves d'Autrefois,...



▪ **Des atouts touristiques incontestables...**

Ventes directes à la ferme (vin avec visite de chais et dégustation, fromage, fruits et légumes,...), achats en ligne de produits issus de l'agriculture biologique avec l'Association Graines de Terroir, ... **Marché aux produits locaux.**

Artisans d'Art, galeries, ateliers (Cités historiques de Bruniquel, Saint Antonin Noble Val, Caylus).

⇒ **Une véritable légitimité pour la filière « nature » où l'on peut pratiquer toutes les activités (libres et encadrées) à seulement 1 heure de Toulouse :**

- Le Pays Midi-Quercy concentre de **nombreux itinéraires de randonnées pédestres et équestres** : plus de 100 sentiers de petites randonnées pédestres, 1 sentier de grande randonnée de Pays, 2 sentiers de grande randonnée (GR 36 et GR 46) formant l'itinéraire « Tour des Gorges de l'Aveyron ».



▪ **Des atouts touristiques incontestables...**

- Plusieurs **pôles de randonnée VTT** existent (ou sont en cours de création) avec notamment 1 espace VTT labellisé FFC Viaur/Aveyron – Laguépie/ Najac/ St Antonin : plus de 400 kms de sentiers balisés.
- Un **itinéraire de randonnée cycliste** via la vélo route « Gorges de l’Aveyron » à laquelle sera rattachée la voie verte reliant Montauban aux portes des Gorges (projet en cours - CG 82).
- Un **itinéraire de randonnée nautique**, de Najac à Albias : un réseau d'embarcadères et une signalétique informative, une signalétique sécurité rivière, un topoguide associé à la descente (schéma de développement des activités nautiques non motorisées en cours).
- **De nombreux points de location de canoë-kayak** se sont développés au départ de St Antonin Noble Val ces dernières années avec des fréquentations en hausse (**estimation de 30.000 personnes durant la saison de juin à septembre pour une flotte de 500 bateaux disponibles au niveau des structures de location**).



▪ Des atouts touristiques incontestables...

- Des zones de baignade surveillées et sécurisées :

Baignade dans les lacs de Monclar (fréquentation comptage : plus de 30.000 personnes en 2010) et de Molières (fréquentation comptage : près de 16.000 personnes en 2010) : les 2 sites possèdent le label Pavillon Bleu.

Baignade en milieu naturel à Laguépie.

- Les zones de pêche (en lacs et en rivière) sont nombreuses.

A côté de ces activités douces de nature notons la possibilité de pratique **d'activités sportives « fun » et à sensation** de type :

- * Parapente
- * Escalade
- * Via Ferrata
- * Spéléologie,...



... MAIS DES DEFICIENCES MAJEURES

- **Une absence d'image touristique** de la destination Midi-Quercy, un territoire qui apparaît comme peu attractif pour les clientèles qui n'y sont jamais venues, en résumé une destination qui ne fait pas spontanément envie.
- Des possibilités multiples pour des circuits à la journée et pour de l'excursion mais **une offre qui ne permet pas d'ancrer aujourd'hui une population touristique** (l'hôtellerie ne représente que 5% des lits touristiques marchands du Pays Midi Quercy).
- Aujourd'hui il n'existe pas de véritable « élément déclencheur » de séjour pour la destination.
- Des sites qui coexistent **sans toujours additionner leur dynamique.**
- **Des filières pas assez structurées** pour être visibles et offrir de véritables garanties de qualité : tourisme de nature, culture et patrimoine, savoir-faire ...



... MAIS DES DEFICIENCES MAJEURES

- Beaucoup de « petites choses à voir », un **manque de sélectivité** (sites mis sur un même plan d'égalité) : quel est l'essentiel à voir et à faire en Midi-Quercy, quels en sont les « incontournables » ?
- Une **communication sur la diversité** qui nuit à la lisibilité des offres « leaders » : sites, festivités,...
- Une muséographie et une scénographie des lieux de visite voire des cités historiques souvent **sans outils de médiation modernes** : manque d'interactivité, une dimension ludique parfois limitée, des visiteurs « spectateurs » et pas assez « acteurs ».
- Des horaires de visite insuffisamment adaptés en hors saison (amplitudes réduites, voire **fermeture** 4 à 6 mois sur 12).
- De nombreuses manifestations et **animations** mais **pas assez médiatisées**, les événementiels actuels ne peuvent être considérés comme des arguments déclencheurs de séjours « grand public ».



... MAIS DES DEFICIENCES MAJEURES

- Les fêtes et manifestations sont rarement appréhendées en tant que composante éventuelle d'un produit ou d'une thématique touristique.
- Un patrimoine qui peut apparaître comme statique, figé, **pas assez animé.**





... MAIS DES DEFICIENCES MAJEURES

- Une image de produits de terroir de qualité et paradoxalement **peu de tables en restauration qui méritent le détour** (très peu de tables référencées dans le guide Michelin).
- Une nécessité d'organiser différemment l'offre de loisirs de proximité et celles de séjours de vacances / mettre en avant une offre globale « d'appel ».
- **Un positionnement de communication à rendre plus dynamique** en évitant un discours trop similaire à d'autres destinations (éviter le discours unique au profit de messages différenciés selon les clients).
- Une **fréquentation des sites de visite et des festivités relativement faible** avec le podium suivant :
 - Château de Bruniquel : près de 32.500 visiteurs en 2010
 - Le Petit Paris (Vaissac) : environ 15.400 visiteurs en 2010
 - Abbaye de Beaulieu (Ginals) : près de 6.800 visiteurs en 2010

Notons que le Festival Offenbach de Bruniquel a rassemblé plus de 7.200 visiteurs en 2010.



... MAIS DES DEFICIENCES MAJEURES

Autres exemples de fréquentation :

- Maison du Patrimoine (Caylus) : +/- 1.925 visiteurs en 2010
 - Maison Payrol (Bruniquel) : +/- 1.840 visiteurs en 2010
 - Château de Cas (Espinas) : +/- 1.660 visiteurs en 2010
 - Les Jardins de Quercy (Verfeil/Seye) : +/- 1.100 visiteurs en 2010,...
- Le Pays Midi-Quercy est le secteur du Tarn et Garonne (étude clientèles 2009 - ADT 82) où **le volume des excursions est le plus élevé**. Près de la moitié des clientèles sont des excursionnistes qui viennent essentiellement des départements limitrophes (Tarn, Lot,...).

Les touristes passent en moyenne 1h30 / 2 heures par Cité Historique, ne prenant pas le temps de consommer une visite guidée et butinent souvent de cité en cité en sortant des limites administratives du Midi-Quercy.



... MAIS DES DEFICIENCES MAJEURES

- **Une destination « nature » encore mal identifiée** par les clientèles touristiques (quelque peu « confidentielle »).
- Une forte **concurrence** de départements comme le Puy de Dôme, le Cantal, la Haute Loire,, l'Ardèche, l'Aveyron, le Lot, la Lozère,...plus assimilés par le grand public comme « terrain d'activités de pleine nature ».
- **Un manque parfois de lisibilité et d'accessibilité** de l'offre nature due à son abondance sur le territoire, un **manque de regroupement** et de **coordination des acteurs** (de multiples prestataires) qui permettrait de mieux mutualiser les moyens : un manque d'information, qui fait quoi ? A quel(s) tarif(s) ? À quels horaires, en groupes, individuels ?, encadrés, pas encadrés ?
- **Une communication « nature » pas assez distinctive et différenciée** « une offre comme partout ailleurs ».



... MAIS DES DEFICIENCES MAJEURES

- Une nécessité de conforter les hébergements (quantitativement et qualitativement) à **proximité des sentiers de randonnées, en adéquation avec les thématiques « Nature »** : séjours, groupes, étapes/itinérances,...
- **Une fragilité du réseau d'hébergement** et un niveau qualitatif insuffisant (des requalification nécessaires / peu d'hébergements thématisés/ éco-habitats ou de « Resort Nature » avec « plus-produits » symbole de tourisme durable (projets innovants en termes de préservation de l'environnement, d'économies d'énergie et d'utilisation d'énergies renouvelables mais favorisant également l'accès total aux personnes en situation de handicap (au delà du label Tourisme et Handicap).
- **Une nécessité d'organiser différemment l'offre de loisirs de proximité et celle de séjours sportifs et de vacances.**



... MAIS DES DEFICIENCES MAJEURES

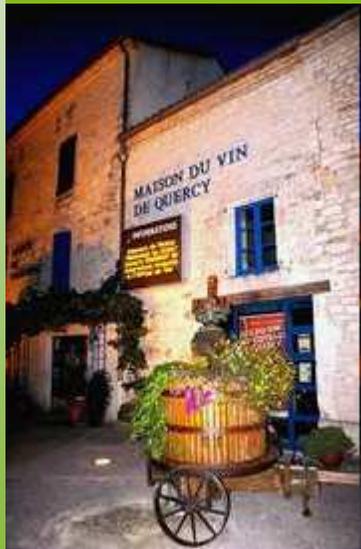
- Une nécessité de poursuivre la professionnalisation des acteurs sur les questions de **mise en marché et de commercialisation**.
- Des « **connexions** » à **renforcer voire à penser et à construire avec d'autres filières** (culturelle, festivités,...).
- Une offre de nature assez dense et diversifiée mais **pas de véritable produit d'appel « tourisme de nature »**.
- **Des hébergements touristiques « en vente »** (camping le Clos de la Lère à Cayriech : 3*, 50 emplacements, 7 MH et 6 chalets, Villages de Vacances de Caylus).
- **Peu ou pas de projets touristiques « structurants »** si ce n'est le projet de création d'un Centre d'Art « La Cuisine » sur les vestiges du Château de Nègrepelisse, l'espace Balnéo de Monclar, ...quelques projets de rénovation, mise aux normes de gîtes, campings,...



INFORMATION, COMMUNICATION, COMMERCIALISATION LES OUTILS



- ⇒ Une vision parfois trop « exclusive » de son « micro-territoire » (la communauté de communes/la Commune) qui peut pénaliser la destination Midi-Quercy
- ⇒ Une absence de véritable « bannière commune » et de « Bible des Langages » adoptées à l'échelle du Pays
- ⇒ Un « imbroglio » qui résulte de la multiplicité des entités communicantes



Un cachet architectural, des intérieurs et des extérieurs qui ne sont pas toujours « des plus attractifs », des locaux parfois vieillissants.



Pas d'espace dédié propre au Pays, ne serait-ce qu'un Totem « Pays du Midi-Quercy » (ou tout du moins pas assez visible).

Une destination trop souvent peu mise en valeur sur les présentoirs à disposition du public, une absence d'homogénéité dans la représentation de l'entité « Pays » à l'intérieur des locaux.



AUDIT TELEPHONIQUE DES OTSI DE MIDI-QUERCY

(Audit à un instant « T » au mois de juillet 2011)

Principaux dysfonctionnements observés :

- Des **entretiens téléphoniques souvent expéditifs** où l'interlocuteur n'est pas renseigné, il a peu de réponses précises à ses questions **(notamment sur l'offre des autres communes du Pays)**.
- Un personnel qui ne joue pas suffisamment son rôle de « conseiller en séjour » et qui se réfugie trop souvent derrière la documentation.
- Des **entretiens téléphoniques qui ne permettent pas, la plupart du temps, à l'interlocuteur de se faire une idée précise des attraits touristiques** du Pays Midi-Quercy. **Les sites phares ne sont pas valorisés.**
- **Des réponses quelque peu standardisées**, peu ou pas de questionnement, ni de recherche des goûts et attentes de l'interlocuteur et donc **pas de personnalisation de la réponse.**



AUDIT TELEPHONIQUE DES OTSI DE MIDI-QUERCY

Principaux dysfonctionnements observés :

- Des discours dans l'ensemble qui ne sont **pas assez « vendeurs »**, qui ne suscitent pas l'envie de consommer ou de séjourner. Une attitude trop attentiste et non proactive.
- Une **proposition d'envoi de documentation systématique**, sans recherche du réel besoin de l'interlocuteur.
- Une **information souvent restrictive** et inadaptée car limitée aux frontières de chaque Collectivité.
- Une **approche « micro »**, une certaine forme « d'égoïsme territorial » au sein de l'entité même Pays Midi-Quercy.
- A contrario, **des territoires voisins qui sont mieux valorisés au détriment du Pays Midi-Quercy** lui même (Cordes, Najac, Penne,...).



AUDIT TELEPHONIQUE DES OTSI DE MIDI-QUERCY

En résumé, un contact téléphonique qui n'informe pas assez, valorise trop peu la destination et la Marque « Midi-Quercy », ne rassure pas suffisamment l'interlocuteur, ne facilite pas sa venue sur le territoire.

Un personnel d'accueil qui semble privilégier le client sur place au détriment du client potentiel qui n'est pas encore « acquis ».

⇒ Réfléchir à l'opportunité (dans le cadre d'une nouvelle organisation) de dissocier l'accueil en face à face et l'accueil à distance avec une centre d'appel (numéro unique).

**Une non appropriation par tous de la Marque porteuse
« Midi-Quercy »**

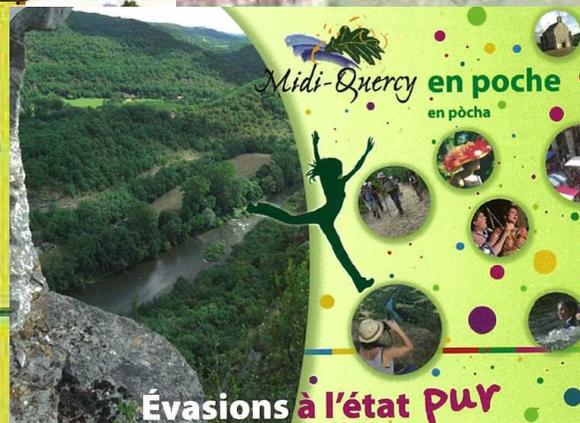
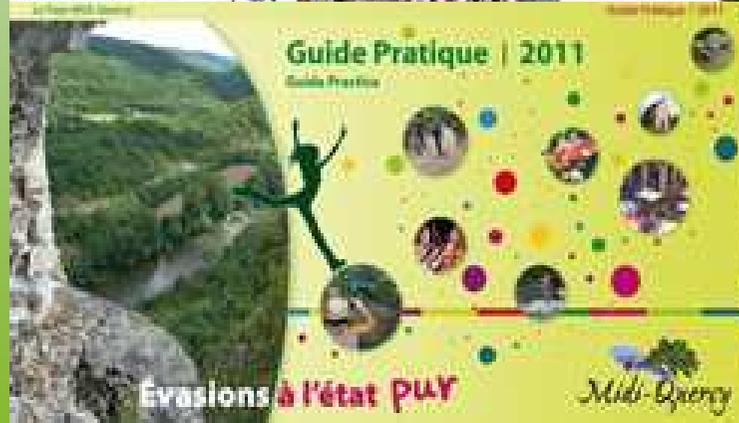


Une mission de conseiller en séjours à renforcer

- **Un accueil dans les offices de tourisme généralement chaleureux.**
- **Des agents d'accueil disponibles qui renseignent rapidement les visiteurs.**
- **Mais un niveau de prestation très inégale entre les différents OTSI du Pays :**
 - **un accueil parfois professionnel avec recherche des attentes latentes et implicites, questionnement, conseils personnalisés, proposition de « coups de cœur », présentation de documents et de cartes détaillés oralement,...**
 - **et un personnel qui ne vient pas toujours au devant des visiteurs, ne valorise pas la destination Midi-Quercy, mentionne Najac, Penne, Cordes, Albi,...avant de parler des sites, activités, festivités du Pays, qui connaît mal l'offre des autres communes du Midi-Quercy,...**
- **A noter que la carte touristique du Pays ne nous a été proposée et présentée spontanément que dans un seul OT (des outils existants mis en place par le Pays pas toujours utilisés).**



DES EDITIONS MIDI-QUERCY QUALITATIVES...



Des Editions à l'échelle du Pays qualitatives :

- Une Carte Touristique
- Un Guide Pratique

Des Outils en Commun

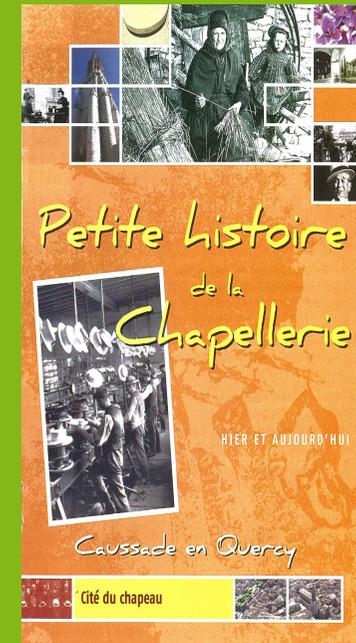
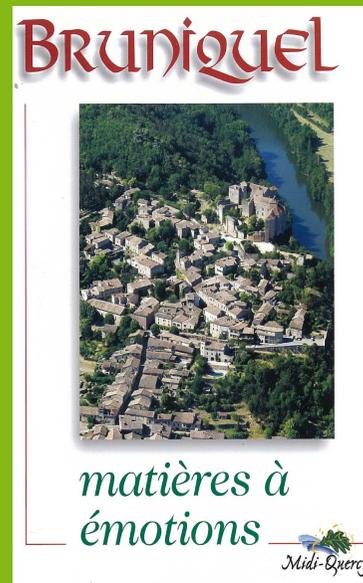
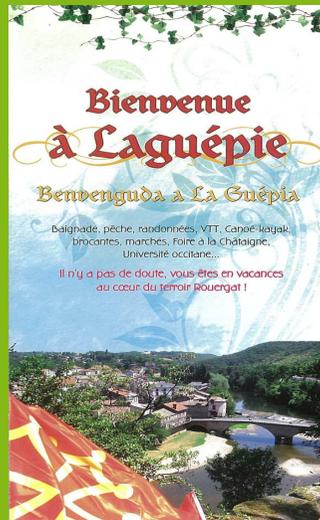
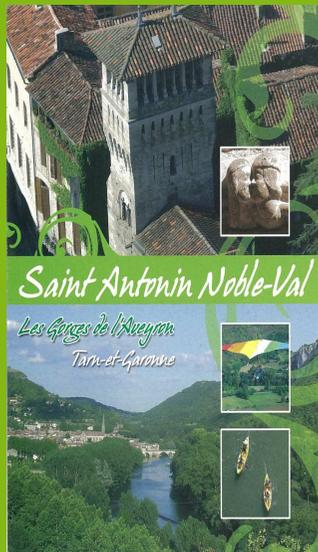


DES EDITIONS MIDI-QUERCY QUALITATIVES...

- Une utilisation des Guides Pratiques remise en question aujourd'hui par l'outil Internet.
- Une nécessaire distinction à opérer entre les supports à distribuer sur place et les document « force de vente/séduction » pour le client qui n'est pas acquis.
- Il manque un véritable document d'appel / séduction de type « Magazine de destination », valorisant les atouts « phares » du Pays et déclinant les sites, les filières d'attractivité et les grands événements, ... que l'ensemble des acteurs du Tourisme s'approprieraient.



...MAIS UNE MULTITUDE DE SUPPORTS « PAPIER » AU NIVEAU DES OTSI





Plan Guide Officiel EDITION 2010

Bruniquel

Vallée de l'Aveyron
entre
Albias et Laguépie

Midi-Aveyron

Montpezat
de-Quercy

Mont Pezat
Tarn-et-Garonne

Midi-Aveyron
Tarn-et-Garonne
Office de Tourisme
Midi-Aveyron

Caussade
en
Quercy

Hébergement
Et
Restauration

OFFICE DE TOURISME

46 Bv Didier Roy
82300 CAUSSADE
Tél/Fax : 05.63.28.04.04
caussade@tourisme@gmail.com
www.mairie-caussade.com

Monclar de Quercy et son village

Monclar Cité historique

Monclar apparaît dans l'histoire au temps de la Reine Brunehaut. En 1009 le Seigneur de Monclar appartenait au Comte d'Aurillac. En 1170, elle passe aux comtes de Toulouse. 1312, les derniers adeptes de Thérésie cathare viennent se cacher à Monclar. 10 septembre 1528, Monclar livrée à la Ligue est prise d'assaut par le Duc de Joyeuse, la ville et le château sont brûlés, les prisonniers sont pendus. 1789, les révolutionnaires détruisent le château et sacagent l'église. 1880, construction de l'église actuelle. 1920, Monclar est rattaché à Montauban par un chemin de fer départemental qui sera démantelé en 1932. 1974, Monclar est doté d'un ensemble lacustre avec 3 lacs en terrasse ouverte au tourisme.

Office de Tourisme
Puy-loup

Partez à la découverte
du village médiéval

MONTPEZAT-DE-QUERCY

Les Hébergements
et les Restaurants

2011

Office de Tourisme*
Boulevard des Fossés
82270 Montpezat-de-Quercy
Tél/Fax : 05 63 02 05 55

Contact@tourisme-montpezat-de-quercy.com
www.tourisme-montpezat-de-quercy.com

CAUSSADE

en Quercy

Caussade,
Cité chapelière

Liste des commerçants
et
Services

Bienvenue à LAGUEPIE
Benvenguda a La Guépie

Au fil de l'eau,
entre le Viour et l'Aveyron

Office de
Tourisme

Place du Fairail
82220 Laguépie
Tél./Fax : 05 63 30 20 34
Courriel :
tourisme.laguepie@orange.fr
Site internet :
www.laguepie-en-rouergue.fr

Découvrez...
...Montpezat-de-Quercy



- ⇒ Chaque Office de Tourisme dispose d'une documentation touristique propre avec des niveaux qualitatifs inégaux.
- ⇒ De nombreuses éditions papier avec des messages, des graphismes, des formats hétérogènes,...et qui ne valorisent pas toujours la destination « Midi Quercy »
- ⇒ Pas de charte graphique commune « Midi Quercy », pas de message commun, pas de « Bible des Langages ».
- ⇒ Le logo du « Pays Midi Quercy » n'est pas toujours mis en avant sur les supports papier des Offices de Tourisme.
- ⇒ Un positionnement flou entre tourisme culturel, sportif et vert.
- ⇒ Des supports insuffisamment « accrocheurs », qui ne jouent pas assez sur la notion d'aubaine et de bonne affaire, donc peu déclencheurs de séjour.
- ⇒ Une communication papier encore axée sur des « micro-territoires » peu connus touristiquement et difficilement identifiables. De trop nombreux supports qui nuisent à l'information et qui empêchent la valorisation de l'essentiel.



Internet : Un Web Design, des créations graphiques à revoir,...« Un univers touristique peu évident »

A l'heure où l'outil Internet est devenu incontournable et une nécessité absolue pour exister dans le contexte hyperconcurrentiel du tourisme mondial, **le Midi Quercy se caractérise par une multiplicité de sites Internet traitant de tourisme qui peuvent nuire à la lisibilité de la destination : Pays du Midi Quercy, Communautés de Communes, Communes, Offices de Tourisme,...**

Ces sites Internet sont souvent peu évocateurs et peu « séducteurs », restent majoritairement dans le descriptif exhaustif et n'apportent rien de plus que la lecture des supports papier. Ils conjuguent 2 des critiques principales que l'on peut faire à un Site Internet Touristique : un manque de mise à jour ainsi qu'un excès de neutralité / un manque de sélectivité.

Pas de site Internet portail Midi-Quercy dédié au Tourisme



La nouvelle révolution de l'outil Internet tourne aujourd'hui autour de l'interactivité et de l'image, du son,...mais également de la « relation » et du partage.



Importance de la Fonction Multimédia dans un monde saturé d'informations (peu présente sur les sites Internet de Midi Quercy)



Importance des réseaux sociaux comme outils de communication



Les outils Web dont dispose le Midi-Quercy ne répondent pas aujourd'hui aux attentes des touristonautes





Caylus

Mairie de Caylus
Place de la Mairie
82160 Caylus
tél. 05.63.67.06.17
contact

Flux RSS
Recommander la page

Office du tourisme de Monclar de Quercy

Accueil | Hébergements | Restauration | Activités - Loisirs | Evènements

Rechercher

AGENDA
15/08/11 Marché des potiers - 18ème édition

LIENS DIRECTS

- + Petite visite de Caylus
- + Transports
- + Espace Cyber-base
- + Menus (Ecoles, centre de loisir et EHPAD)
- + Pays Midi-Quercy
- + Web télé "Place de la Halle.TV"
- + le bulletin municipal à télécharger
- + Découvrez le Village Vacances "Le Lagardère"

NOS SERVICES EN LIGNE

- + Vos droits et démarches



Station Verte

Pavillon Bleu d'Europe

Histoire de Monclar

venir à Monclar

contacter l'office de tourisme

L'histoire de Monclar de Quercy :

Monclar apparaît dans l'histoire au temps de la Reine Brunehaut, traité d'Andelot, l'an 587. En 1009, la Seigneurie de Monclar appartient au Comte d'Aurillac. En 1170, elle passe au Comte de Toulouse. En 1312, les derniers adeptes de l'hérésie cathare viennent se cacher à Monclar. Le 10 septembre 1532, Monclar hostile à la ligue est pris d'assaut par le Duc de

Des sites touristiques pour les Offices de Tourisme « ancienne génération ». Des sites Internet souvent « surchargés » et une construction graphique « Institutionnelle ».

S'adresse t'on à une clientèle touristique ?



Communautés de Communes

Vaisnac St Etienne de Tulmont Bioule Albias
Nègrepelisse Bruniquel Montricoux

Vie Communautaire Emploi Logement Petite Enfance Enfance Jeunesse Solidarité **Culture Tourisme** Aménagement Environnement

Vous êtes ici : Accueil / Culture Tourisme

Rechercher

Recherche Avancée Index a-z

Culture Tourisme

Les médiathèques

La Maison des Arts

L'Ecole de musique

L'Office du Tourisme

On en parle



Liens directs

- Vos droits et démarches
- Marchés Publics
- La Communauté de Communes recrute

Favoriser l'accès au livre, aux arts et à la culture pour tous

Depuis sa création, la Communauté de Communes des Terrasses et Vallée de l'Aveyron, s'est fortement impliquée dans les domaines des arts et de la culture, avec la volonté d'un développement cohérent et équilibré du territoire. De nouveaux équipements ont vu le jour depuis 7 ans et de nombreuses actions collectives ont été mises en place en matière d'accessibilité aux arts et à la culture pour tous, et particulièrement pour les enfants.

Le réseau intercommunal de la lecture publique

En 2003, la Communauté de Communes a voté la mise en place d'un réseau de lecture publique, afin de répondre au mieux à une demande grandissante liée à l'accroissement démographique des communes. Aujourd'hui le réseau est constitué de **cinq sites** : Albias, Bioule, Montricoux, Nègrepelisse et St-Etienne-de-Tulmont (un nouveau projet est actuellement à l'étude à St-Etienne-de-Tulmont).

Avec pour objectif de satisfaire les attentes culturelles de la population, ces sites de proximité tiennent lieu de petits centres culturels et proposent une grande diversité de supports (livres, CD, DVD, périodiques) et des accès à Internet. Certains sont dotés d'espaces de diffusion (salle de projection et d'exposition). Une carte de lecteur unique



Office de Tourisme de Caussade

A pour mission la diffusion de la culture et du patrimoine de Caussade et du Pays Midi-Quercy.

Actualités Agenda des manifestations Que faire en Pays Midi-Quercy ?

Les hébergements Insolites Les Rendez-vous musicaux

Les Estivales du Chapeau à Caussade et Septfonds

Noubliez pas !

Du 22 Juillet au 18 août se tiendront à Caussade **Les Rendez-vous musicaux**. Déjà et dans moments vous attendent aux Récollets où chacun saura apprécier ces soirées d'été. Au programme cinq concerts variés : Jazz, Lyrique, saïra ginguette, Flamenco ou encore variété française...

L'affiche ici

Les Estivales du Chapeau à Caussade et Septfonds



Cliquez sur l'image pour agrandir

Rechercher dans ce blog

fourni par

Liens annexes

- Mairie de Caussade
- Guide été 2011 de La Dépêche... En ligne !
- Guide Pratique Midi-Quercy 2011
- Hébergements
- Site du Pays Midi-Quercy
- Page Facebook

Messages les plus

Des sites de Communes voire de Communautés de Communes qui traitent de tourisme. Un mélange d'information touristique et de vie locale. Une grande hétérogénéité des designs, des conceptions graphiques, de l'architecture et des présentations,...(site, blog,...).



Saint Antonin Noble Val | Saint Antonin | Culture | **Tourisme** | Associations | Patrimoine | Economie | Municipalités

Navigation

- Tourisme
- L'office du tourisme
- Hébergements
 - Gîtes et Meublés de tourisme
 - Campings et aire de camping car
 - Gîtes d'étape et gîte de groupe
 - Hôtels
 - Chambres d'hôtes
- Restauration
 - Restaurants
 - Restauration rapide
 - Produits du terroir
- Activités de pleine nature
 - Canoe Kayak
 - Randonnée Pédestre Libre
 - Randonnée pédestre accompagnée
 - Deltaplane/parapente
 - Via ferrata
 - Equitation
 - Escalade
 - VTT
 - Spéléologie

Articles de cette rubrique

Accueil du site > **Tourisme**

Dans les sous rubriques

- L'office du tourisme
 - Contacts et informations Office de Tourisme
- Hébergements
 - Gîtes et Meublés de tourisme
 - Campings et aire de camping car
 - Gîtes d'étape et gîte de groupe
- Hôtels
 - Hôtels

21 juillet 2011

14°C / 21°C
Quelques éclaircies
> prévisions
+11
f J'aime 437

Office de tourisme de St Antonin Noble Val

Accueil | Présentation | Votre séjour | L'office de tourisme | Pratique | Tél : 05.63.30.63.47

Agenda

Visites de Ville
du 1 janvier 2011 au 31 décembre 2012

Une visite est organisée tous les mercredis et vendredis à 10h en juillet et août (3€/adulte et 1.50€/enfant)

En savoir plus >>

Walking Tours of Saint Antonin Noble Val in english
du 4 juin au 31 août 2011

Every thursday during July and

NOUVEAU: DES AUDIO GUIDES POUR VISITER LA VILLE!

Nouveau : 3 visites sensorielles en Midi-Quercy Nos cités médiévales de Caylus, de Saint-Antonin-Noble-Val et l'écomusée de la maison du patrimoine à Caylus se sont portés volontaires pour créer une visite sensorielle de leur site. Offrir à tous la possibilité de découvrir le pays Midi-Quercy a été le fil conducteur dans la participation au [...]

En savoir plus >>

Idées Séjour

Randonnée gourmande dans les Gorges de l'Aveyron

Situé sur le Causse des Gorges de l'Aveyron, ce petit gîte avec son aménagement conforme et sa décoration tendance est le lieu de détente idéal pour des séjours à deux.

En savoir plus >>

Des Gorges de l'Aveyron au Causse du Quercy
4 jours / 3 nuits

ou

LAGUEPIE

Département du Tarn & Garonne (82) - Causse de l'Aveyron

LA COMMUNE | HEBERGEMENT | RESTAURATION | ACTIVITES | ANIMATIONS | VILLAGE

Bienvenue - Benvenuto
Site mis à jour le Jeudi 21 Juillet 2011

Petite visite du Pays clic sur Logo

Midi-Quercy Site du pays

Distillerie Huiles Essentielles à Laguépie

ESSENC

LE CHATEAU de St Martin Laguépie

Lo Pais de la CASTANHA

à consulter le menu ANIMATIONS

Pour connaître toutes les manifestations se déroulant dans la commune, cliquez sur le bouton

ACCUEIL

Laguépie
21/07/2011 - après-midi
19°C
21/07/2011 - soir
19°C
22/07/2011 - matin
13°C

METEO FRANCE

G.P.S.
Lat : 44.1617798
Long : 1.9588007

HORAIRES

TRAINS

DOCUMENTS

UTILITES

Mairie-Caussade.fr | BP 19 - Place du Général de Gaulle - 82303 Caussade Cedex - 05.63.93.10.45 | Site officiel de la VILLE DE CAUSSADE

Bienvenue à Caussade

Office de Tourisme

OFFICE DE TOURISME

Accueil

Calendrier des manifestations

Appels d'offres

Bulletin Municipal

Infos Mairie

Vie Culturelle, Tourisme

Vie Associative

Enfance, Jeunesse, Education

Social, Santé

Horaires d'Ouverture

Horaires d'Ouverture

50



Office de Tourisme de Montpezat de Quercy

Bienvenue sur le site de l'Office de Tourisme de Montpezat de Quercy

Actualité

- Salles de Séminaires de Tarn-et-Garonne - (21/04/2010) [Lire la suite](#)
- Marché local - (05/09/2009) [Lire la suite](#)
- Horaires de l'Office de Tourisme - (19/03/2009) [ATTENTION QU'AMBIANCE DE LOUAIRES](#)

Manifestations

- Concours de photographies
Lieu de la manifestation : Montpezat-de-Quercy
Du 01/04/2011 au 15/09/2011
Organisée par : Office de Tourisme
contact@tourisme.montpezat-de-quercy.com
Genre : Sports et Loisirs
Gratuit : Oui
[En savoir plus](#)
- Ouverture de la piscine

Accueil
Manifestations
Newsletter
Patrimoine
Tourisme vert
L'Art et l'Artisanat
Gastronomie
Hébergements
Les balades
Liens
Où Manger ?
Contact et crédits
Glossaire
L'Office de Tourisme
Manifestations Estivales
Pour venir

BRUNIQUEL

Actualités Découvrir Mairie en ligne Vie locale Artisanat Tourisme

Vous êtes ici : Tourisme

agenda
Retrouvez toutes les dates et manifestations prévues sur la commune.

activités
Activités en tout genre

visitez
les châteaux de Bruniquel

office de tourisme
Situé entre la Mairie et l'église, l'Office de Tourisme vous accueille et vous informe.

Horaires d'ouverture:
De janvier à juin et de septembre à décembre : tous les jours de 10h à 13h et de 14h à 18h
En juillet et août : tous les jours de 10h à 19h
Fermeture les 24, 25, 31 décembre et 1er janvier.

Coordonnées:
Office de Tourisme
Promenade du Ravelin
Téléphone / Fax : 05 63 67 29 84
82800 BRUNIQUEL
Email: tourisme-bruniquel@wanadoo.fr

Montpezat De Quercy

ADMINISTRATION TOURISME ECOLE VIE PRATIQUE PRODUITS LOCAUX

Vous êtes ici : Accueil / Tourisme / Visites

Pas à pas dans Montpezat...

Incontournable

La Collégiale Saint-Martin, édifice gothique méridional construit au XVIème siècle. Dans le choeur, 15 tapisseries flamandes, classées monument historiques, retracent la vie de Saint-Martin de Tours.

Recherche sur le site
Rechercher

Accès direct
Sélectionnez un service

ville de Monclar de Quercy

Accueil Municipalité Histoire Vacances Loisirs Vie pratique Education

Vous êtes ici : Accueil / Vacances Loisirs / Base de Loisirs

Base de Loisirs
Bibliothèque-Médiathèque

Vacances et Loisirs

Monclar de Quercy

Liens directs

- Office de tourisme
- Programme Ciné Monclar
- Vos droits et démarches

Base de loisirs

- lac de baignade,
- piscine couverte,
- bassin ludique,
- grand bassin,
- jeux, pédalos, mini-pédalos
- tables de pique-nique et barbecues,
- lac de pêche...



[Accueil](#) | [Contact](#) | [Plan du site](#) | [Agenda](#) | [Liens](#) | [Accès rédacteur](#)



[Géographie](#) | [Tourisme](#) | [Logement](#) | [Social](#) | [Actualités](#) | [Emploi - Formation](#) | [Coach carbone](#)

Pays Midi Quercy

Pourquoi ?
Charte de développement durable
Plaquettes de référence
Observatoire territorial

Convention territoriale

Convention
Programmations
Porteurs de projet

Programmes Leader

Leader+
Leader 2007-2013

Structures

Syndicat mixte
CDD
Communautés de Communes

Thématiques

Charte Paysagère
Natura 2000
Urbanisme
Politique touristique
Politique énergétique
Emploi Formation Insertion
Politique Culturelle
Agriculture durable
Patrimoine
Développement économique

LES ARTICLES DE CETTE RUBRIQUE



Vous êtes ici : [Accueil du site](#) > [Services](#) > [Tourisme](#)

[En automne, régaliez vous dans le Pays Midi-Quercy...](#) Publié le 3 octobre 2010

[Pour un automne actif !](#) Publié le 30 septembre 2010

[Le Pays Midi-Quercy bientôt sur votre petit écran !](#) Publié le 31 juillet 2010

[Consultez le Guide des Manifestations en Pays Midi-Quercy](#) Publié le 1er juillet 2010

[Visitez moins cher le Pays Midi-Quercy !](#) Publié le 1er juillet 2010

[Le topoguide de canoë-kayak « Aveyron/Viaur, rivières sauvages » de la FFCK désormais disponible](#) Publié le 30 juin 2010

[Le site Viaur-Aveyron labellisé FFC - VTT s'étend sur le secteur de St-Antonin](#) Publié le 30 juin 2010

[Ma Souris en Balade](#) Publié le 30 juin 2010

[Dès aujourd'hui , devenez "Ambassadeur du pays Midi-Quercy"](#)



Publié le 7 octobre 2009

[Le programme estival et autonoma des manifestations en Quercy Caussadais](#) Publié le 17 juillet 2009

[Juillet 2009 : guide des manifestations sur le Pays Midi-Quercy](#) Publié le 7 juillet 2009



AVEYRON, VIAUR,
RIVIÈRES SAUVAGES :
ENTRE GORGES ET VALLÉE

Connaitre le territoire

Organiser son séjour

Accès espace pro

Présentation
Des espaces naturels remarquables
Patrimoine et villages pittoresques
Gastronomie et marchés

Envies de... BOUGER

Envies de... DECOUVRIR

Envies de... SORTIR

PRÉSENTATION

Un voyage, au fil de l'eau

La rivière Aveyron (291 km) jaillit en Rouergue au sud-est du causse de Séverac le Château. Elle suit son cours tranquillement jusqu'à Rodez avant de traverser sur le tronçon Rodez/Villefranche-de-Rouergue des gorges plus sauvages et arborées. De Villefranche-de-Rouergue à Monteils, la vallée s'élargit, offrant rive droite des terrains calcaires du Bas Quercy et rive gauche des roches métamorphiques.

En aval de Monteils et jusqu'à Laguépie, elle se dévoile dans un environnement escarpé, sauvage, abrupt ; sur cette partie là, la vallée est uniquement traversée par la voie de chemin de fer encore en activité qui rejoint Toulouse à Capdenac (46). Seuls des sentiers pédestres, équestres ou VTT permettent d'approcher cette nature sauvage, à laquelle se mêle une série d'édifices ferroviaires, éléments du patrimoine qui témoignent de la difficulté du relief – une percée routière est possible au niveau de Najac par deux routes, l'une venant du plateau du Rouergue, l'autre du Ségala. A Laguépie dans le département de Tarn-et-Garonne, le Viaur rejoint l'Aveyron et continue sa route calmement jusqu'à Saint Antonin.

Le cours de l'Aveyron à partir de cette commune se dessine dans un ensemble de falaises calcaires, abruptes et restructurées en alternance avec de petites plaines

Démo du Site Internet « Aveyron, Viaur, Rivières Sauvages » développé dans le cadre du pôle d'excellence rurale. Il concerne seulement la partie gorges de l'Aveyron du territoire et est développé avec le Pays Rouergue Occidental.



⇒ **Une entité/une Marque « Midi Quercy »** encore insuffisamment mise en valeur sur les différents sites Internet (les logos du Pays et/ou de la carte Ambassadeur sont toutefois présents sur plusieurs sites).

⇒ Un **mauvais référencement** généralisé des sites Internet des OT du Midi Quercy :

Avec le **mot clé « vacances midi quercy »** (test effectué en juillet 2011) seul le site de la Mairie de Caylus arrive en 1^{ère} page Google au 1^{er} rang (4^{ème} page Yahoo, 6^{ème} page Bing) ainsi que le site du Pays (www.midi-quercy.fr) 2^{ème} position sur la 1^{ère} page Google.

La page Facebook Midi Quercy se classe en 2^{ème} page Google en 11^{ème} position. L'ensemble des sites Internet des OTSI de Midi-Quercy ou des communes traitant de tourisme ne sont pas situés dans les 100^{ères} pages Google.

⇒ **Pas de mise en évidence suffisante des sites incontournables** du Midi-Quercy, trop peu encore de rubriques accrocheuses « *Coups de cœur* », « *Incontournables* », « *A faire, A voir* »... « *dernière minute* », « *bons plans* ».



- ⇒ **Un style informatif très affirmé** (trop dans le descriptif et l'exhaustivité « peu vendeur »).
- ⇒ **Des sites qui ne véhiculent pas « l'esprit vacances »** qui ne font pas rêver, qui ne sont pas suffisamment évocateurs d'une véritable destination touristique.
- ⇒ **Des univers coloriels qui ne sont pas toujours adaptés** pour traiter du tourisme (manque d'harmonisation des couleurs, souvent mal assorties, une mise en page basique, sites « Institutionnels »).
- ⇒ **Trop de pages sans photographies ou des photos « vieillissant » la destination.**
- ⇒ **Des sites statiques**, une construction graphique classique qui **manque de force, d'illustrations, de multimédia, d'interactivités et d'animations** : *Pourtant le Touristonaute fait souvent l'amalgame entre un site Internet attractif et une destination touristique de premier plan.*



⇒ **Pas de produit « leader » mis en avant**, jouant un rôle de produit d'appel pour la destination « Pays Midi-Quercy ». Pas de possibilité de réserver en ligne, pas de véritables idées séjour.

L'offre « produits » est présente sur les sites Internet du CRT Midi Pyrénées et de l'ADT 82. Ce dernier propose une dizaine de packages week-end et séjours en Midi Quercy :

- Idées Gourmandes
- Cyclo / Randonnées
- Insolite
- Sport et nature en Famille
- Vacances familiales en Quercy
- Au cœur de l'aventure dans les Gorges de l'Aveyron
- Des Gorges de l'Aveyron aux causses du Quercy,...



Un client satisfait est un client fidèle

Clients	Satisfaits		Insatisfaits
	sans réserve	avec réserve	
Restent fidèles	73 %	45 %	17 %
Vont ailleurs	27 %	55 %	83 %

Source : étude TARP /AFNOR



Le scénario catastrophe de la non-qualité

Un **client insatisfait** ne reviendra pas, mais de plus, il en parlera à 12 personnes qui chacune en parlera à 6, qui à leur tour en parleront à 3 autres, soit un total de :

300 personnes informées de la non-qualité de votre prestation



L'OFFICE DE TOURISME DU FUTUR

Incidences pour les OTSI du Midi-Quercy



LES OT « NOUVELLE GENERATION »

« *La métamorphose des Offices de Tourisme* »

Les métiers et les missions des institutions du tourisme, et notamment des Offices de Tourisme, **évoluent** un peu plus chaque jour : **accueil/dimension « spectacle »**, politique de conquête, qualification de l'offre, travail de production, conseil en séjour, vente, animation, mutation du métier vers le **numérique**,...

→ **Internet et le Mobile** révolutionnent les modes d'information touristique mais aussi d'achat. Dans moins de 2 ans, 80% de l'information touristique du vacancier proviendra de sources extérieures à l'Office de Tourisme. Il devient donc primordial d'anticiper ces mutations profondes pour redéfinir les missions de l'Office de Tourisme : « **de l'agent d'accueil au conseiller en séjour à l'agent d'accueil numérique** ».

La façon d'exercer les missions d'accueil, information, promotion et de coordination des partenaires du tourisme local a profondément évolué.



LES OT « NOUVELLE GENERATION »

➔ *De nouvelles Missions pour les OT*

2 types de « missions » distinctes mais complémentaires

« FRONT OFFICE »

- Séduction/Vitrine
 - Information
 - Vente/billetterie
 - Animation
 - Dimension
- « spectacle »



« BACK OFFICE »

- Production - Gestion
 - Développement
 - Promotion
 - Communication
 - Vente – Web marketing
 - Ingénierie/centre de
- « ressources »

« Ce que le visiteur peut voir »

« Ce que le visiteur ne peut pas voir »



LES OT « NOUVELLE GENERATION »

Ex. de l'Office de Tourisme du Val de Garonne à Marmande (Lot et Garonne)

« Un tourisme High-tech mais pas Gadget »



« Des espaces à vivre »





LES OT « NOUVELLE GENERATION »

Ex. de l'Office de Tourisme du Val de Garonne à Marmande (Lot et Garonne)



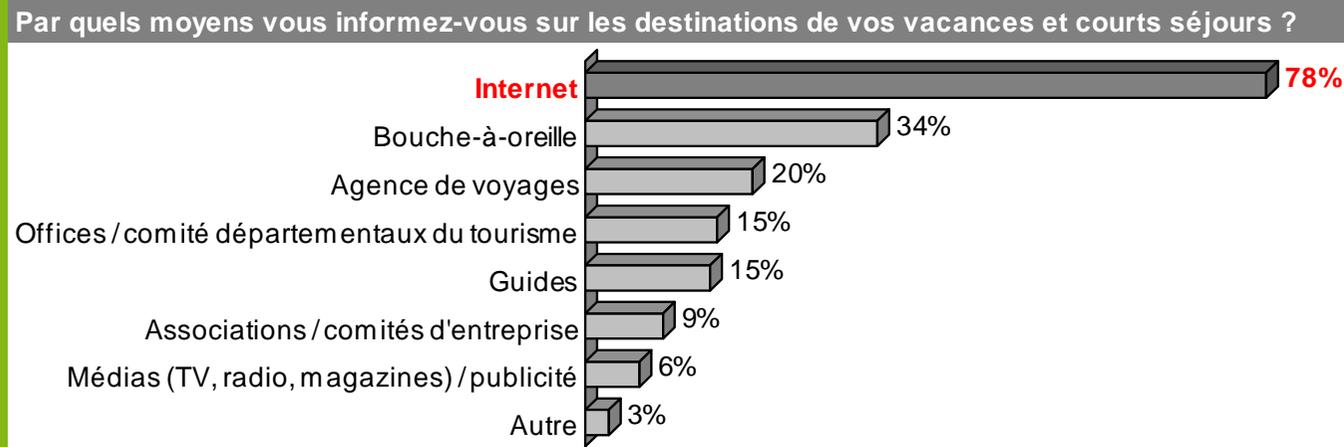
Importance du volet Multimédia : la « bande annonce » du Territoire





LES OT « NOUVELLE GENERATION »

→ Le profil des touristes change, le vacancier d'aujourd'hui est un internaute, un « **Touristonaute** ». Près de **80%** d'entre eux préparent tout ou partie de leur séjour sur Internet. Ils recherchent, en amont de leur séjour, les **stimuli virtuels** suffisants - cela passent par des visuels de qualité - pour ensuite les vivre lors du "vrai" séjour.



Les multi-partants qui pratiquent court séjour et vacances, en France et à l'étranger (**20% des foyers représentent plus de 70% de la consommation touristique**) consultent plus que les autres les sites des opérateurs privés, des agences de voyages ainsi que les blogs et forums.



LES OT « NOUVELLE GENERATION »

→ En vacances, le touriste est aussi « **mobinaute** ». Ils surfent sur le Web via leur **Smartphone ou Iphone**, utilisent des **applications spécifiques** pour se **guider et bénéficier de visites commentées**, se repèrent via la **géolocalisation**, mais aussi produisent des informations, émettent des avis, des commentaires, notent des prestations, partagent des photographies voire des vidéos en instantané,...

Les technologies numériques ont ainsi profondément impacté la notion d'information, de service et d'accueil. Cela se concrétise notamment par une baisse de la fréquentation physique des Offices de Tourisme. Il y a aussi un vieillissement de la clientèle des Offices de Tourisme traditionnels.

Aujourd'hui personne ne compare et réserve réellement ses vacances sur des dépliants et brochures touristiques dont bien souvent les contenus sont obsolètes lorsqu'on les reçoit alors qu'Internet permet l'instantanéité, réduit les distances et les temps de conversation (gain de temps).



LES OT « NOUVELLE GENERATION »

→ La majeure partie des visiteurs qui rentre dans un Office de Tourisme, vient encore poser des **questions d'ordre pratique, à faible valeur ajoutée.**

→ **Les technologies numériques** doivent permettre de **soulager l'agent d'accueil** de ces tâches récurrentes au profit d'une mise en œuvre de ses compétences de conseiller en séjour qualifié. Ces mutations supposent de requalifier les fonctions des conseillers en séjours vers des missions de marketing territorial (**plus d'accueil numérique, moins d'accueil physique**).

- moins de papier, plus de multimédias de web et de wifi,...
- vente de produits/prestations sur place pour des clients de plus en plus « acheteurs » (boutique, carte « ambassadeurs », Pass' tourisme, produits packagés,...offres de dernière minute,...).
- accès immédiat à l'information 24h/24.
- donner un conseil engagé, personnalisé et utile au visiteur,...
- accompagner autrement les prestataires du territoire (e-réputation, opérations collectives, ventes de dernières minutes, accompagnement marketing,....).



LES OT « NOUVELLE GENERATION »

→ Les outils numériques représentent pour les OTSI de **nouveaux espaces publicitaires** et une gamme de services à valeur ajoutée à destination de leurs prestataires : pour leur visibilité, la vente de nuitées, la réservation de tables,...

Or, aujourd'hui dans le Pays Midi-Quercy, il y a une incapacité de chaque OTSI à répondre aux enjeux d'Internet. L'offre locale est mal mise en valeur numériquement.

L'Office de Tourisme Nouvelle Génération doit combiner à la fois du personnel d'accueil en nombre suffisant (l'humain reste bien au cœur de la démarche) et un « self service » technologique (dimension spectacle, interactivité et ludicité des procédés de médiation,...) bien utile en cas de forte affluence.



LES OT « NOUVELLE GENERATION »

- Face à la montée de la concurrence entre les destinations,
- Face à la crise économique,
- Face aux défis d'adaptation de structures touristiques vieillissantes et à la baisse des ressources financières des Collectivités,
- Face au changement de comportements, des attentes et des arbitrages d'achat du touriste,
- Face à la montée en puissance des nouveaux outils technologiques,...

Les Offices de Tourisme se trouvent confrontés à **2 chantiers principaux** :

⇒ le chantier de la **professionnalisation** et de l'adaptation aux nouveaux métiers du Web et de l'E-tourisme.

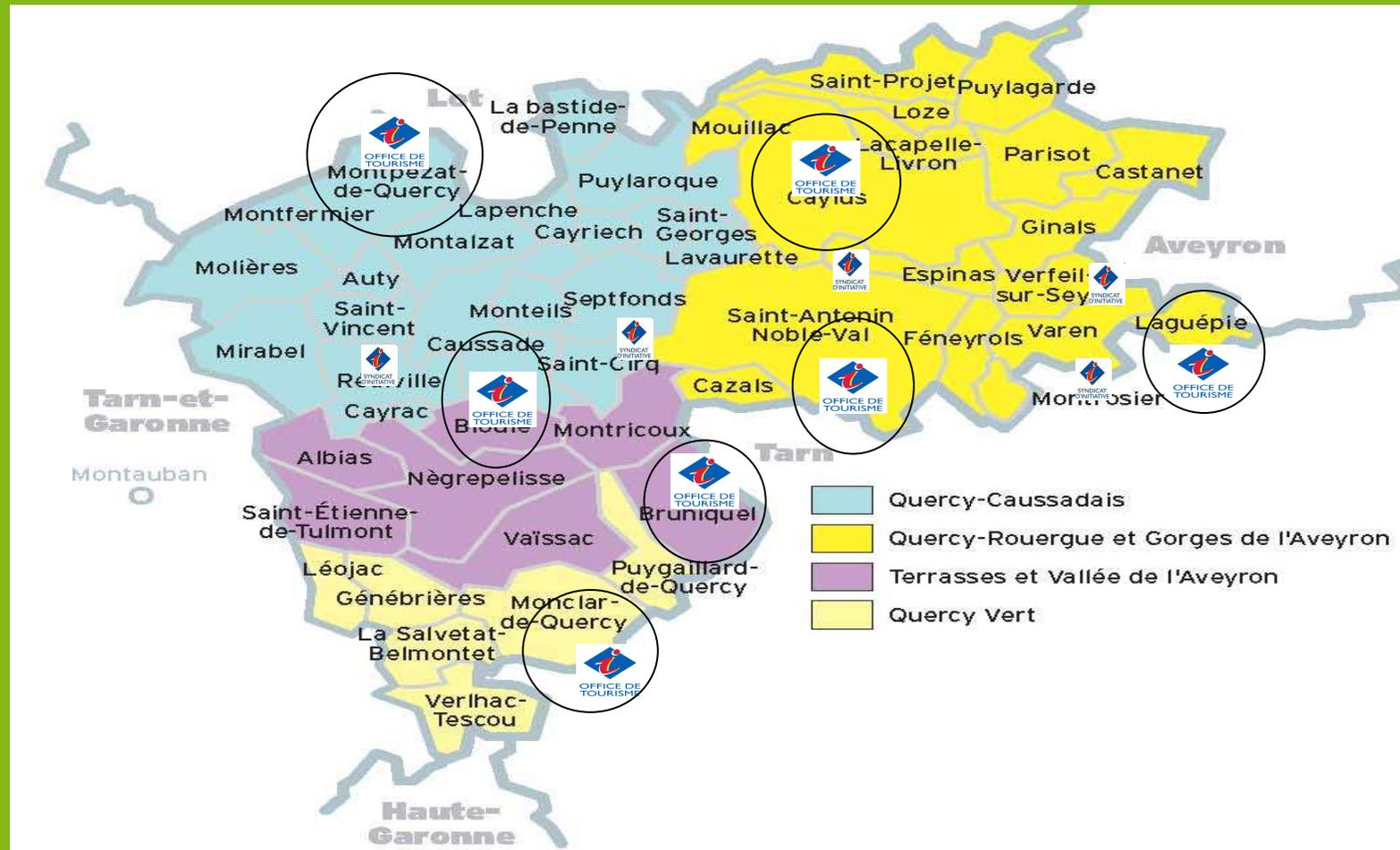
⇒ le chantier de **l'organisation territoriale** afin que les Offices de Tourisme aient la **taille suffisante** pour réunir en leur sein tous les métiers et répondre à l'ensemble des nouvelles sollicitations des Offices de Tourisme du Futur.



L'ORGANISATION TOURISTIQUE TERRITORIALE ACTUELLE EN MIDI-QUERCY



COMMUNES ET INTERCOMMUNALITES



12 OTSI (soit 1 OTSI pour 4 Communes)



Un PAYS, 7 Offices de Tourisme, 5 Syndicats d'Initiative :

⇒ **4 Communautés de Communes :**

- LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DU **QUERCY VERT** dont le siège est fixé à Monclar-de-Quercy.

1 Office de Tourisme Intercommunal localisé à Monclar-de-Quercy.

- LA COMMUNAUTE DE COMMUNES **TERRASSES ET VALLE DE L'AVEYRON** dont le siège est fixé à Nègrepelisse.

1 Office de Tourisme Intercommunal, créé le 1^{er} Janvier 2004, localisé sur Bruniquel et des points d'information en saison estivale.

- LA COMMUNAUTE DE COMMUNES **DU QUERCY CAUSSADAIS** dont le siège est fixé à Caussade.

Le transfert de la compétence « tourisme » des Communes vers la Communauté de Communes n'a pas été effectué.

(OT de Caussade, OT de Montpezat-de-Quercy).



Un PAYS, 7 Offices de Tourisme, 5 Syndicats d'initiative :

⇒ **4 Communautés de Communes**

- LA COMMUNAUTE DE COMMUNES **DU QUERCY ROUERGUE ET DES GORGES DE L'AVEYRON** dont le siège est fixé à Saint-Antonin-Noble-Val.

Le transfert de la compétence « tourisme » des communes vers la Communauté de Communes n'a pas été effectué.

(OT de Saint-Antonin-Noble-Val, OT de Caylus, OT de Laguérie)

⇒ **Le territoire touristique bénéficie d'une organisation touristique autour de :**

- 7 Offices de Tourisme : 7 Offices de Tourisme : 1 EPA (établissement public administratif) : Bruniquel, 2 en Régie directe : Caussade et Laguérie, 4 en Association : Saint-Antonin-Noble-Val, l'OT Pluricommunal de Caylus (Caylus, Parisot, Castanet, St Projet, Loze et Lacapelle-Livron), Montpezat-de-Quercy, Monclar-de-Quercy.



- **5 Syndicats d'Initiative** dont 3 communes avec un SI ouvert en saison (Septfonds, Espinas, Réalville) sans ressources humaines propres et 2 communes avec un SI ouvert à l'année (Verfeil –sur- Seye, Varen) rattaché à d'autres services publics (locaux de la bibliothèque) avec des ressources humaines partagées.

⇒ **Le Syndicat Mixte du Pays Midi-Quercy**

Dans les statuts du Syndicat Mixte à l'article 2 (Missions et Moyens) au paragraphe 2.1, il est précisé : « Il contribue à l'information des populations locales et à la promotion du Territoire Midi-Quercy dans sa globalité et dans les domaines tels que l'économie, l'habitat, le logement, le tourisme et l'emploi.....dans le respect des compétences propres et déléguées des collectivités adhérentes.



Le SMPMQ ne peut contribuer à la promotion touristique du Territoire car il ne détient pas la compétence « tourisme ». Celle-ci est détenue par les collectivités qui le composent et elle ne peut être « saucissonnée ».



Il ne faut pas confondre :

- la **compétence en matière de développement économique, dont fait partie le développement touristique**, notamment la création, l'aménagement, l'entretien et la gestion de zones d'activité touristique qui sont d'intérêt communautaire (article L 134-1). Il s'agit d'une **compétence obligatoire**,

- et la **compétence optionnelle** (art L 134-5 du Code du Tourisme) indiquant que les Communes membres d'un Groupement Intercommunal peuvent décider de la création d'un **Office de Tourisme Intercommunal (OTI)**. Pour pouvoir créer un OTI, les Communes membres de l'EPCI doivent au minimum lui transférer les **compétence d'accueil, d'information des touristes ainsi que leur promotion touristique**.



Compétence Tourisme = Accueil, Information, Promotion



Les principes régissant le transfert des compétences :

- **le principe de spécialité** : en tant qu'établissement public, l'EPCI n'est compétent que dans le cadre strict des attributions qui lui ont été transférées (compétence d'attributions) ;
- **le principe d'exclusivité** : le transfert de compétence à un EPCI dessaisit automatiquement les communes membres des attributions transférées.



La Commercialisation et le Développement ne font pas partie de la Compétence Tourisme



Le SMPMQ a souhaité organiser les différentes structures intervenants dans le tourisme à travers l'élaboration d'une **convention cadre de partenariat en 2005**, stipulant la répartition des missions aux différents échelons d'intervention dans le domaine du tourisme.

La mission des Offices de Tourisme et du Pays a été définie pour l'ensemble des actions que forment la chaîne des fonctions touristiques : l'accueil, l'information, la communication, la promotion, la production ainsi que l'animation et l'observation.

Cette convention précise aussi les objectifs en matière de structuration du tourisme vers lesquels le territoire doit tendre pour mutualiser les moyens et gagner en efficacité.



La Convention mentionne ainsi que « Le transfert de la compétence tourisme des Communes aux Communautés de Communes constitue en conséquence un des objectifs vers lequel tendre à moyen terme.

Les Communautés de Communes du Pays Midi Quercy ne s'étant pas toutes positionnées par rapport à cette question (à l'exception de la Communauté de Communes des Terrasses et Vallée de l'Aveyron qui a déjà procédé à ce transfert et dernièrement la Communauté de Communes du Quercy Vert) et la réflexion étant nécessaire quant au schéma qui sera adopté par chacune d'elles en fonction de leurs nécessités et en cohérence avec la stratégie de développement touristique du Pays, cette question reste un des axes de travail à mener.



Cependant, le transfert de la compétence tourisme ne constitue en aucun cas un préalable à la mise en œuvre de la convention de partenariat ».

Cette convention n'a pas été signée par l'ensemble des structures agissant en faveur du tourisme : collectivités locales, organismes du tourisme, partenaires départementaux de l'action touristique.

Toutefois les actions développées dans le cadre du réseau des OTSI et coordonnées par le SMPMQ se réfèrent à ce schéma de répartition des missions.



**LA STRATEGIE TOURISTIQUE
DU PAYS MIDI-QUERCY
ANALYSE DES PROGRAMMES D' ACTIONS
TOURISTIQUES DURABLES
DE 2006 à 2011**



LA STRATEGIE TOURISTIQUE

Mise en œuvre de la convention de partenariat relative à l'organisation touristique du Pays Midi-Quercy – programme d'actions touristiques du Pays Midi-Quercy

Le Syndicat Mixte du Pays Midi-Quercy définit et met en œuvre annuellement un **programme d'actions tourisme planifié et budgétisé**.

Ce programme d'actions a pour principal objectif **le renforcement de la qualité de l'offre réceptive** notamment en ce qui concerne :

- ⇒ **L'accueil et l'information** à travers la coordination des actions menées par le réseau des Offices de Tourisme,
- ⇒ Le recueil des besoins et la définition d'un **plan de formation** pour les personnels des Offices de Tourisme,
- ⇒ **L'animation** et la **sensibilisation** des prestataires et tout autre relais d'information touristique à la connaissance de leur territoire.
- ⇒ Le **suivi partenarial** des projets d'aménagements, d'équipements.



LA STRATEGIE TOURISTIQUE

Mise en œuvre de la convention de partenariat relative à l'organisation touristique du Pays Midi-Quercy – programme d'actions touristiques du Pays Midi-Quercy

⇒ La **coordination d'actions d'information** des prestataires touristiques sur les politiques touristiques régionales, départementales, les démarches existantes, l'écotourisme et le tourisme durable,

Le SMPMQ poursuit l'objectif de *renforcer la lisibilité de l'offre* auprès des clientèles présentes sur le territoire et de proximité, auprès des partenaires institutionnels en charge des actions de communication, promotion et commercialisation et enfin auprès de potentiels prescripteurs de type autocaristes, agences de voyage.



LA STRATEGIE TOURISTIQUE

Le Syndicat Mixte du pays Midi-Quercy a pour stratégie de faire du développement touristique une composante essentielle de sa politique économique.

4 thèmes forts ont été identifiés :

- 1 : L'itinérance douce notamment sur le secteur des Gorges de l'Aveyron** (cf. PER Vialar Aveyron, rivières sauvages Destination tourisme et le projet de coopération « Tourisme durable et itinérance douce dans la vallée du Vialar et les Gorges de l'Aveyron »).
- 2 : La valorisation du patrimoine culturel, bâti et naturel** (dans le prolongement des actions développées par la mission culture du Pays et en lien avec l'inventaire du patrimoine du Pays Midi-Quercy et la charte paysagère).
- 3 : Le tourisme créatif** (centre d'art contemporain La Cuisine, artistes et artisans d'art, les chapeaux – Caussade et Septfonds).
- 4 : L'agrotourisme** (valorisation des produits et savoir-faire locaux : truffe, safran, fruits, vins).



LA STRATEGIE TOURISTIQUE

Le SMPMQ promeut à travers cette stratégie les actions en faveur **du tourisme durable**.

Ainsi, depuis 2007, **les acteurs du tourisme** sont initiés aux problématiques du tourisme durable à travers la mise en place d'**ateliers**.

Les projets favorisant la prise en compte des piliers du Développement Durable et **le projet de coopération en cours de lancement « Tourisme durable et itinérance douce dans la Vallée du Viaur et les Gorges de l'Aveyron »** sont soutenus notamment dans le cadre du programme leader et de la convention territoriale 2008/2013.



LES PROGRAMMES D' ACTIONS TOURISTIQUES DURABLES 2006 - 2011

	Accueil information	Production	Communication - Promotion	Formation –Com. Interne - Sensibilisation	Budget Total 2006 - 2011
2006	25.900 € (45%)		30.011 € (53%)	1.000 € (2%)	56.911 €
2007			15.261 € (82%)	3.374 € (18%)	18.635 €
2008	22.373 € (58%)	1.135 € (3%)	7.683 € (20%)	7.230 € (19%)	38.421 €
2009	10.700 € (24%)		25.764 (58%)	5.600 € (13%)	44.637 € (y compris 2.573 € (5%) de fonctionnement)
2010	19.167 € (46%)	1.280 € (3%)	5.402 € (13%)	16.390 € (39%)	42.239 €
2011	31.691 € (63%)	9.780 € (19%)	5.788 € (12%)	3.000 € (6%)	50.259 €
TOTAL	109.931 € (44%)	12.195 € (5%)	89.909 € (36%)	36.594 € (15%)	251.102 €

Un budget d'environ 250.000 € sur 6 ans soit une moyenne de 42.000 € par an



LES PROGRAMMES D' ACTIONS TOURISTIQUES DURABLES 2006 - 2011

⇒ **Le Poste Accueil / Information** représente plus ou moins 44% du budget alloué aux programmes d'actions touristiques Midi-Quercy 2006-2011. Il comprend les équipements OT, les équipements informatiques, un support de correspondance commun à l'ensemble des Offices de Tourisme du Pays lié à l'utilisation du logiciel « demande d'info », la mise en place d'un livret/ jeu pour les familles associé à un cadeau, la mise en place de la Carte Ambassadeur, l'impression / la fabrication, l'actualisation du Guide Pratique (version française et anglaise), impression/fabrication Guide des Manifestations, impression/fabrication Document d'Appel,...

⇒ **Le Poste Promotion / Communication** représente plus ou moins 36% du budget alloué aux programmes d'actions touristiques Midi-Quercy 2006-2011. Il comprend entre autre les campagnes photographiques, les encarts publicitaires, la participation à des Salons (en partenariat avec l'ADT 82), le démarchage de journalistes, le projet de mise en place d'un site Intranet et de quelques pages vitrine pour valoriser la destination "Aveyron/ Viaur, rivières sauvages" en partenariat avec le Pays Rouergue Occidental et le Pays Albigeois et Bastides.



LES PROGRAMMES D' ACTIONS TOURISTIQUES DURABLES 2006 - 2011

- ⇒ **Le Poste Promotion / Communication** : il convient de rajouter la communication en faveur de la préservation du Site Natura 2000 Gorges de l'Aveyron, l'édition de la charte de bonnes pratiques, la réalisation de totems promotionnels sur les thématiques des sports de pleine nature / savoir-faire agricoles et artisanaux / découverte du patrimoine naturel et culturel / Préservation Natura 2000,...
- ⇒ **Le Poste Production** représente plus ou moins 5% du budget alloué aux programmes d'actions touristiques Midi-Quercy 2006-2011. Il comprend entre autre l'impression d'un livret/ jeu enfants/familles « à la découverte du patrimoine médiéval en Midi-Quercy », la fabrication d'un cadeau enfants (crayons multi-couleurs), la mise en place d'un circuit découverte, l'observation des retombées des actions d'information/ sensibilisation/ de formation développées depuis 2007 sur l'évolution de l'offre des participants les plus assidus (18 acteurs touristiques),...



LES PROGRAMMES D' ACTIONS TOURISTIQUES DURABLES 2006 - 2011

⇒ **Le Poste Formation – Communication Interne - Sensibilisation** représente plus ou moins 15% du budget alloué aux programmes d'actions touristiques Midi-Quercy 2006-2011. Il comprend entre autre l'organisation de séminaires (améliorer le conseil aux porteurs de projets hébergement et restauration), d'ateliers thématiques autour du tourisme durable, d'Eductours des OT, de journées formation des OT pour renforcer la qualité de l'accueil et de l'information, en toute saison – renforcer la capacité des Offices de tourisme à promouvoir le territoire et à animer la mise en place de produits touristiques en lien avec l'ADT, modules de formation force de vente, logiciel Filemaker, mise en marché.

Le poste Accueil/Information (dont les dépenses sont essentiellement liées au Guide Pratique) et le Poste Communication/Promotion pèsent pour 80% du budget alloué aux programmes d'actions touristiques Midi-Quercy 2006-2011.



COÛTS	Résultats		Budget
	2009 (€)	2010 (€)	2011 (€)
Coûts de gestion			
Salaires et charges	31916,96	37197,93	34530,46
Frais de fonctionnement 1	2894,12	3006,27	3000
Total coûts de gestion	34811,08	40204,2	37 530
	1 ETP (MB)	1,4 ETP (MB0,8+CT0,5)	1,1 ETP (MB0,9 + CT0,2)
		0,5 ETP : emploi d'insertion subventionné	

¹Frais de fonctionnement : essentiellement des frais de déplacement

Pays Midi-Quercy : 1,1 ETP en 2011



ZOOM SUR LES LES OFFICES DE TOURISME

**Traitement des Questionnaires
des 7 Offices de Tourisme**



OT	Classt	Superficie OT	Nb jours d'ouverture	Horaires d'ouverture pour le public	Statut
Saint Antonin Noble Val	**	+/- 40 m2 (il a son siège à la Mairie – déplacement place de la Halle automne 2011 ?)	6/7 BS les après-midi (Janvier-Février) 4/7 BS (Novembre-Décembre) 7/7 BS : (Mars-Octobre) 7/7 MS : (Avril, Mai, Juin, Septembre) 7/7 HS (Juillet-Août)	- JANVIER- FEVRIER : du lundi au samedi : 14h-17h - NOVEMBRE-DECEMBRE : du mardi au vendredi : 10h-12h30 / 14h-17h - MARS- OCTOBRE : lundi : 14h-17h30 du mardi au dimanche : 10h- 12h30 / 14h-17h30 - AVRIL-MAI-JUIN –SEPTEMBRE : tous les jours : 9h30-12h30/14h-18h - JUILLET– AOÛT : tous les jours : 9h-13h/14h-19h	Ass. loi 1901 (nouveau statuts validés en AG extraordinaire en Mai 2011)
Caussade	*	+/- 85 m2 (dont SALLE 1 ACCUEIL 36 m2 SALLE 2 EXPO 36 m2 SALLE 3 12 m2 (Bail commercial qui lie la Mairie et un propriétaire / Est-ce une solution pérenne ? La Tour d'Arles ?).	5/7 BS (Octobre à Mars) 6/7 MS (Avril et Septembre) 7/7 HS (de Mai à Août, tous les jours mais uniquement le Dimanche matin)	- OCTOBRE à MARS : du Lundi au Vendredi : 9h30h- 12h30 / 13h30-17h30 - AVRIL et SEPTEMBRE : du Lundi au Samedi : 9h30h- 12h30 / 13h30-17h30 - MAI - JUIN - JUILLET– AOÛT : du Lundi au Samedi : 9h30-12h30h/14h-18h et le Dimanche matin de 9h15 à 12h45	Régie Directe



OT	Classt	Superficie OT	Nb jours d'ouverture	Horaires d'ouverture pour le public	Statut
Bruniquel	*	+/- 30 m2	7/7 MS et BS : (Septembre à Juin) 7/7 HS (Juillet et Août)	- SEPTEMBRE à JUIN : tous les jours : 10h - 13h / 14h - 18h - JUILLET et AOÛT : tous les jours : 10h – 19h	EPA
Caylus	*	+/- 110 m2 dont 90 m2 pour l'accueil	5/7 BS (Octobre à Mai) 5/7 MS (Juin et septembre) 7/7 HS (Juillet et Août)	- OCTOBRE à MAI : du Mardi au Samedi : 10h- 12h30 / 14h30- 17h30 - JUIN et SEPTEMBRE : du Mardi au Samedi : 10h- 12h30 / 14h30- 18h30 - JUILLET– AOÛT : du Lundi au Samedi : 10h-12h30h/14h30-18h Dimanche, Lundi et jours fériés de 10h00 à 12h30 et de 15h à 17h30	Ass. loi 1901 Office de Tourisme Pluricommunal (Caylus, Parisot, Castanet, St Projet, Loze et Lacapelle- Livron) Une convention d'objectifs et de moyens a été signée avec chaque commune



OT	Classt	Superficie OT	Nb jours d'ouverture	Horaires d'ouverture pour le public	Statut
Montpezat de Quercy	*	NC	<p>5/7 BS (Octobre à Mars)</p> <p>5/7 MS (Avril, Mai, Juin, septembre)</p> <p>6/7 HS (Juillet et Août)</p>	<p>- OCTOBRE à MARS : du Mardi au Samedi (Mercredi après-midi seulement) : 9h30h- 12h30 / 14-18h</p> <p>- AVRIL-MAI-JUIN-SEPTEMBRE : du Mardi au Dimanche : 9h30h-12h30 / 14h-18h (jusqu'à 13h le Dimanche)</p> <p>- JUILLET- AOÛT : du Mardi au Dimanche : 9h30-12h30h/14h-18h</p>	Ass. loi 1901
Laguépie	*	+/- 40 m ² dont 20 m ² pour l'accueil, 15 m ² pour les bureaux, 6 m ² pour le stockage.	<p>4/7 BS (Novembre à Mars)</p> <p>5/7 MS (Avril, Mai, Juin, septembre)</p> <p>7/7 HS (Juillet et Août)</p>	<p>- NOVEMBRE à MARS : le Mardi, Mercredi, Vendredi et samedi de 10h à 12h et de 14h30 à 17h</p> <p>- AVRIL-MAI-JUIN-SEPTEMBRE : du Mardi au Samedi : 10h- 12h / 14h30 - 17h30</p> <p>- JUILLET- AOÛT : du Lundi au Dimanche matin : 10h 12h30h/14h30-18h</p>	Régie Directe



OT	Classt	Superficie OT	Nb jours d'ouverture	Horaires d'ouverture pour le public	Statut
Monclar de Quercy	*	+/- 55 m ² dont 20 m ² dédiés à l'accueil et 35 m ² aux bureaux	<p>7/7 BS et MS Dont Samedi et Dimanche matin seulement (Septembre à Juin)</p> <p>7/7 HS Dont Samedi et Dimanche matin seulement (Juillet et Août)</p>	<p>- SEPTEMBRE à JUIN : du Lundi au Vendredi : 9h-12h/14h-18h Samedi et Dimanche de 10h à 12h</p> <p>- JUILLET- AOÛT : du Lundi au Vendredi : 9h-12h/14h-18h Samedi et Dimanche de 10h à 12h</p>	Ass. loi 1901

- ⇒ Pas d'OT 4 et 3*, 1 seul OT 2*, 6 OT 1*.
- ⇒ Des OT ouverts à l'année.
- ⇒ Des horaires d'ouverture pas toujours adaptés aux habitudes de consommation des clientèles touristiques (fermeture le week-end en basse saison pour une majorité d'OT, parfois fermeture le Dimanche après-midi en Juillet et Août).
- ⇒ Des superficies dédiées à l'accueil exigües.
- ⇒ Aucun OT n'est inscrit dans une démarche qualité.



Moins de 80.000 visiteurs pour les 7 OT du Pays Midi-Quercy

OT	Nb. visiteurs	Part de la clientèle étrangère	Nb.pers. renseignées au comptoir	Nb.contacts à distance	Total des contacts	Part des contacts au comptoir	Part des contacts à distance
Saint Antonin Noble Val	22.402	15%	9.743	3.802 (emails + télécopies non comptabilisés)	13.545	72%	28%
Caussade	8.874	6%	5.500	2.851	8.351	66%	34%
Bruniquel	19.309	12%	8.814	2.537	11.351	78%	22%
Caylus	6.278	15%	3.165	Non comptabilisés mais estimés à 900	4.065	78%	22%
Montpezat de Quercy	4.354	NC	2.188	813	3.001	73%	27%
Laguépie	4.477	47%	3.872	3.940	7.812	50%	50%
Monclar de Quercy	+/- 13.000	8%	5.122	3.678	8.800	58%	42%
Total	+/- 78.694		+/- 38.404	+/- 18.521	+/- 56.925	67%	33%

⇒ Une prégnance des OT de Saint-Antonin-Noble-Val et de Bruniquel qui concentrent à eux seuls près de 53% du total des visiteurs et 48% des personnes renseignées au comptoir des OT du Pays Midi-Quercy en 2010. Une faible part des clientèles étrangères.



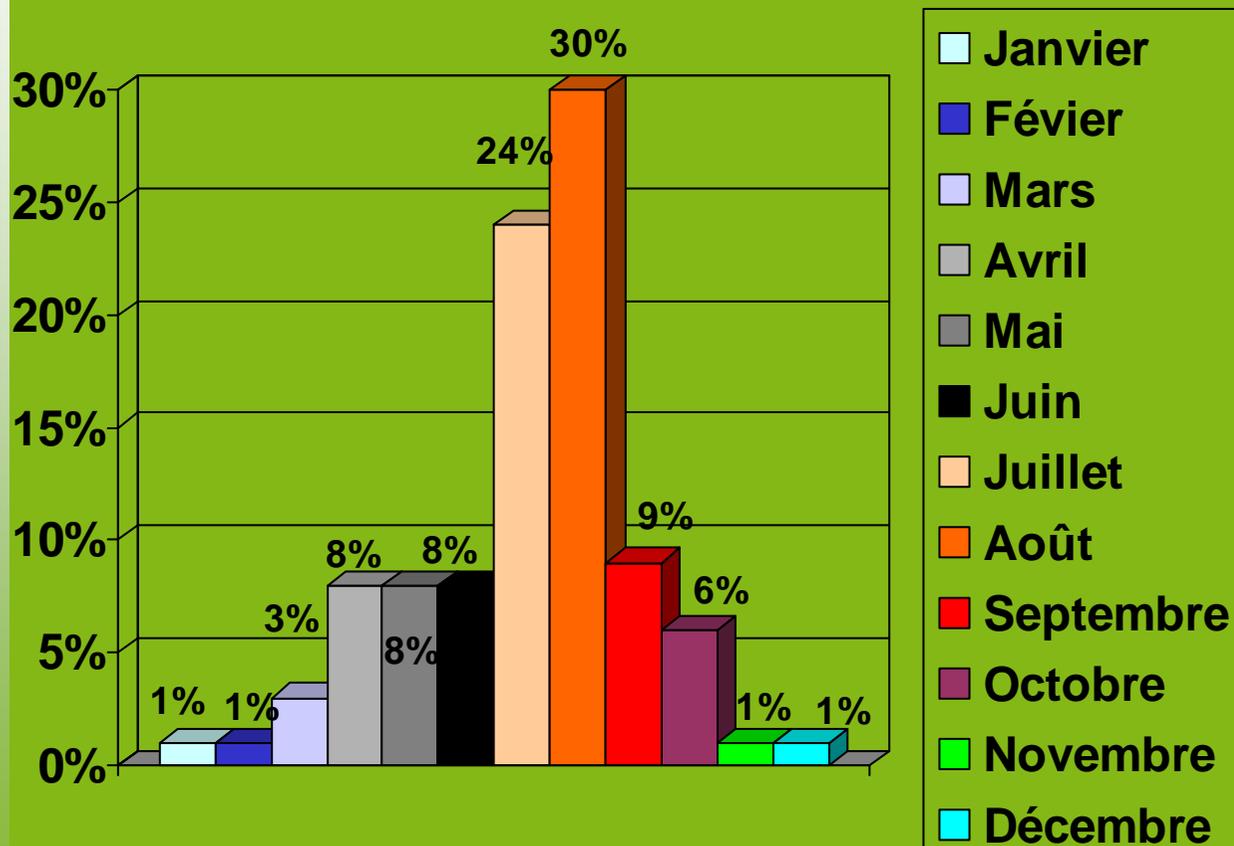
- ⇒ Un seul OT à plus de 20.000 visiteurs : Saint-Antonin-Noble-Val
- ⇒ Moins de 40.000 personnes renseignées au comptoir
- ⇒ Les OT de Saint-Antonin-Noble-Val et Bruniquel totalisent près de 44% des contacts au comptoir et à distance.
- ⇒ Les contacts à distance représentent environ 1/3 de la totalité des contacts (dont 75% au téléphone) : NB. Ces résultats ne tiennent pas compte des demandes de renseignements par emails à l'OT de Saint-Antonin-Noble-Val qui n'ont pas été comptabilisées.

Par jour d'ouverture (en 2010) : une moyenne de 250 jours d'ouverture par Office de Tourisme:

- ⇒ 11 contacts à distance par jour et par OT.
- ⇒ 22 personnes renseignées au comptoir par jour et par OT (39 personnes à Saint-Antonin-Noble-Val, 35 environ pour Bruniquel, 22 pour Caussade, entre 9 et 20 pour les autres).



Répartition de la fréquentation mensuelle 2010 dans les Offices de Tourisme du Pays Midi-Quercy

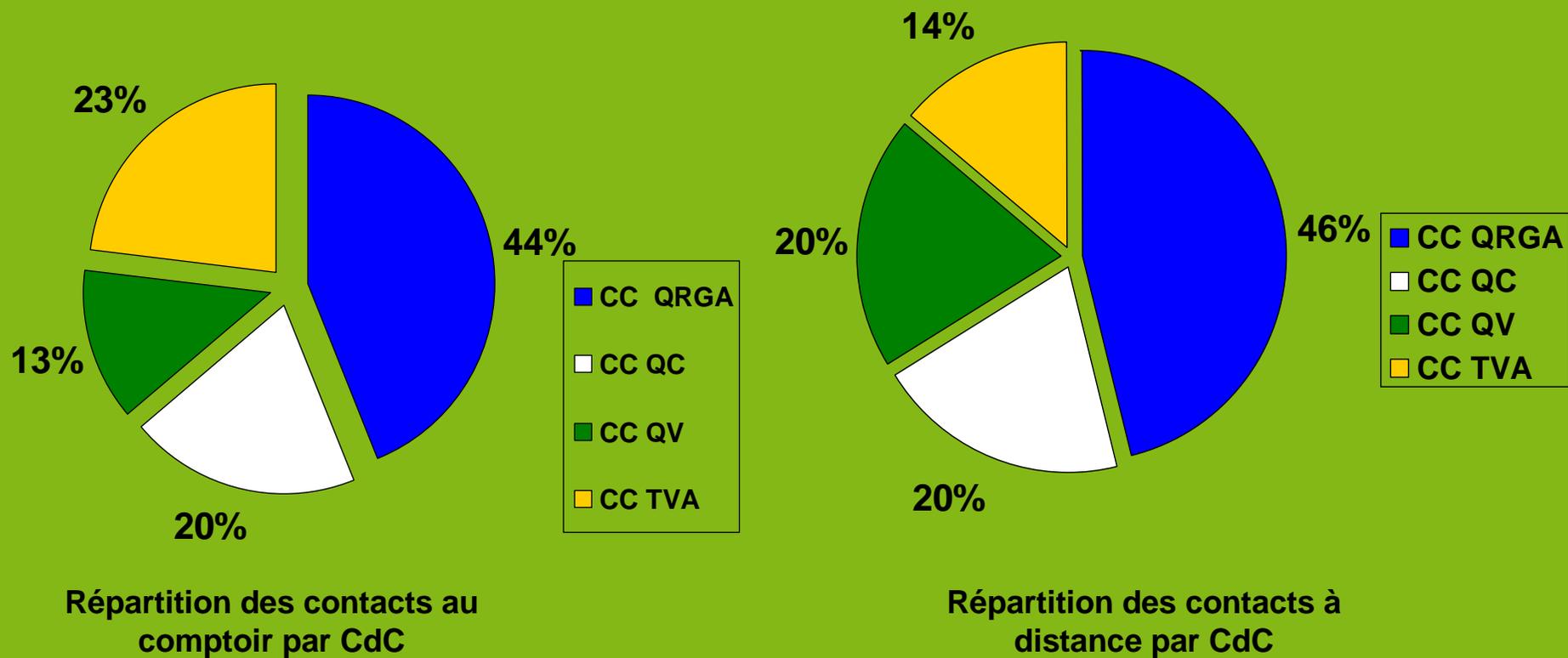


Les mois de juillet et d'août génèrent à eux seuls 54% de la fréquentation annuelle des OT

5 mois (Janvier, février, mars, novembre, décembre) représentent moins de 10% de la fréquentation



Répartition de la fréquentation par Communauté de Communes





Fréquentation des Sites Internet 2010

Nombre de visiteurs uniques

Saint-Antonin-Noble-Val	7.407
Bruniquel	Site mairie
Caussade	Site mairie
Caylus	Site Mairie
Montpezat de Quercy	4.354
Laguépie	—
Monclar de Quercy	5.122
Pays Midi Quercy (page Tourisme)	—
TOTAL	—

Des sites Internet très peu fréquentés avec moins de visiteurs uniques Internet que le nombre des contacts (au comptoir et à distance) dans les OT.

➔ Une offre touristique qui n'est pas visible sur Internet

En règle général pas d'analyse des statistiques de fréquentation des sites Internet.

Pour les sites pourvus de Google Analytics ou de tout autre système analytique, nous pouvons voir que le ratio moyen « temps passé sur site » tourne seulement autour de 2 mn et que le nombre moyen de pages vues est de 2 pages (Home Page + Hébergements). Pour le Site Internet de Saint- Antonin-Noble-Val, 93% des visiteurs sont des Internautes français.

Les OT de Saint Antonin, Caussade, Laguépie et Monclar ont un profil Facebook avec respectivement 423, 21, 335 et 22 contacts.



Personnels et Missions (2010)

OT	Personnel	Missions principales	Autres Missions
Saint-Antonin-Noble-Val	2 salariés permanents tps plein +1 salarié permanent tps partiel (25h) + 1 personnel détaché du CG 82 sur juillet et Août en tps complet	Accueil, Information, Promotion touristique, Coordination des partenaires du développement touristique local	Edition de documents (fiches d'accueil presse, liste des animations, documents des créateurs, topo VTT,...), gestion d'équipements (Gîte de groupe de 56 places et 2 gîtes d'étape), bureau de réservation (tenue des disponibilités des chambres d'hôtes en saison), assistance technique au développement local, point de saisie – base de données régionale (mise à jour de la base de données régionale Constellation), visites accompagnées et guidées toute l'année pour les groupes sur réservation et en juillet et août pour les individuels, observation touristique (tenue de tableaux de fréquentation) , promotion des séjours et produits vendus par l'ADT 82 sur le site Internet, animations (Fêtons Saint Antonin, concours de fleurissement, vide greniers,...)
Bruniquel	1 salarié permanent tps plein +1 salarié permanent tps partiel (25h) + 1 personnel détaché du CG 82 sur juillet et Août en tps partiel	Accueil, Information, Promotion touristique	Visites guidées, aide aux associations



OT	Personnel	Missions principales	Autres Missions
<p>Caussade</p>	<p>2 salariés permanents tps plein + 1 personnel détaché du CG 82 sur juillet et Août en tps complet 1 stagiaire tps plein sur 2 mois</p>	<p>Accueil, Information, Promotion touristique, Coordination des partenaires du développement touristique local</p>	<p>Edition, billetterie spectacles, aides aux associations, assistance technique au développement local, visites guidées (organisées par l'OT mais réalisées par un guide extérieur), observation touristique, tableaux de bord, élaboration de produits touristiques (forfaits séjours et week-ends), animations (organisations des visites : chapellerie, Tour d'Arles, organisation de 7 à 8 expositions par an, organisation et accompagnement festivités, Salon de l'Aquarelle,...).</p>
<p>Caylus</p>	<p>1 salarié permanent tps partiel (30h) 1 bénévole plein tps 2 personnels détachés du CG 82 sur juillet et Août en tps partiel</p>	<p>Accueil, Information, Promotion touristique, Coordination des partenaires du développement touristique local</p>	<p>Edition, gestion d'équipements, billetterie spectacles, bureau de réservation (hébergements/meublés), billetterie spectacles, aides aux associations, visites guidées, observation touristique, tableaux de bord, produit touristique monté par la cyber base de Caylus dans le cadre d'un accompagnement ADEFPAT et vendu par le SLA 82 : l'OT assure le relais entre le SLA et les prestataires intégrés au projet, animations (marché nocturne, Journée du Fait Main, visites guidées nocturnes avec animations, randonnées accompagnées, cinéma en plein-air/ expositions,...).</p>



OT	Personnel	Missions principales	Autres Missions
Laguépie	1 salarié permanent tps plein (CDD 6 mois)+ 1 personnel détaché du CG 82 du 14 juillet au 15 Août en tps complet 3 bénévoles ponctuels	Accueil, Information, Promotion touristique, Coordination des partenaires du développement touristique local	Aides aux associations, assistance technique au développement local, observation touristique, animations (expositions, aides aux manifestations diverses, : foires, marchés de nuits, moto cross, brocantes,...).
Monclar de Quercy	2 salariés permanents tps partiel (20h + 30h) 2 personnels détachés du CG 82 du 14 juillet au 15 Août en tps partiel 1 bénévole (14h)	Accueil, Information, Promotion touristique	Edition, bureau de réservation (chalets), billetterie spectacles, aides aux associations, observation touristique, animations (Festi'fleurs, marchés occitans, marchés de plein vent, marchés nocturne, festivités, Salon du Livres, Vide-greniers,...)
Montpezat de Quercy	1 salarié permanent tps partiel (32h) + 1 personnel détaché du CG 82 sur juillet et Août en tps complet	Accueil, Information, Promotion touristique, Coordination des partenaires du développement touristique local	Visites guidées, billetterie spectacles, animations (expositions, vide-greniers, concours photos, concours maisons fleuries,...).



- ⇒ **6 salariés permanents (plein temps)** pour l'ensemble des OT du Pays Midi-Quercy (dont 2 pour Saint-Antonin-Noble-Val et 2 pour Caussade).
- ⇒ **6 salariés permanents (temps partiel)** pour l'ensemble des OT du Pays de Midi-Quercy.
- ⇒ Il convient de rajouter **9 personnels détachés du Conseil Général** du Tarn et Garonne pour les mois de juillet et Août.

Près de 11 ETP pour l'ensemble des OT du Pays Midi-Quercy en 2010



Résultats financiers des OT

OT	Recettes 2010	Coûts 2010	Montant des subventions	Montant TS	Salaires et charges	Coûts de Promotion
Saint Antonin Noble Val	59.751 €	115.308	38.647 (+ CNASEA)	12.126 €	87.596 €	20.872 €
Bruniquel	9.011 €	54.761 € (Budget CCTVA affecté au Tourisme)	5.576 € (TS)	5.576 €	50.176 € (pris en charge par la CCTVA)	7.350 €
Caussade	200	85.590 €	0		61.160 €	5.150 €
Caylus	15.857 €	30.444 €	12.483 €	6.173 €	21.000 €	1.938 €
Montpezat de Quercy	4.920 €	37.324 €	2.550 €	-	28.609 €	1.686 €
Laguépie	14.690 €	23.077 €	14.655 € (CNASEA)	39 €	19.748 €	1.930 €
Monclar de Quercy	53.496 €	48.204 €	46.491 €		37.778 €	1.318 €
TOTAL	157.925 €	394.708 €	120.402 €	23.914 €	306.067 €	40.244 €



⇒ **Un budget promotion** (éditions et supports, salons, relations presse, marketing direct,...) à l'échelle des Offices de Tourisme du Pays Midi-Quercy **d'environ 40.000 €** dont **+/- 75% sont consacrés** aux éditions/brochures/dépliants touristiques des Communes (auxquels il convient de rajouter les +/- 40.000 € de budget « actions » du Pays, soit un total de près de 80.000 €). **Le coût de promotion des OT représente environ 10% du total des coûts 2010.**

Saint-Antonin-Noble-Val représente près de 52% du budget promotion des OT.

⇒ **Le montant total de la Taxe de Séjour s'élève en 2010 à environ 36.312 €** (y compris les 950 € pour Parisot, les 516 € pour Castanet et les 10.932 € pour la CdC du Quercy Caussadais).

Ce montant de la Taxe de séjour couvre plus ou moins les Coûts de Promotion des Offices de Tourisme.



⇒ Le **montant total des subventions** (Etat/Région/CG, Communes, CdC, CNASEA, TS,...) versées aux OT s'élève à environ **120.400 €** pour la totalité de leurs actions et représente environ **76% du total des recettes 2010**.

⇒ **Les recettes d'exploitation** (visites guidées, ventes de produits, ventes de boutique, commission/vente forfaits, animations,...) s'élèvent à **25.176 €** dont 48% pour le seul OT de Saint-Antonin-Noble-Val. Les recettes d'exploitation sont générées à près de **40% par les ventes boutiques et 29% par les animations**. Elles représentent **17% du total des recettes 2010**.

⇒ Le **montant total des coûts de gestion** (salaires et charges / frais de fonctionnement) s'élève à près de **310.000 euros** dont près des 2/3 pour les 3 OT que sont Saint-Antonin-Noble-Val (29%), Caussade (20%) et Bruniquel (16%) et représente environ **78% du total des coûts 2010**.

⇒ Le poste « **Coûts d'occupation** » (non renseigné par Monclar-en-Quercy) : loyers et charges, entretien-énergie, mobilier et matériel de bureau,...s'élève à près de **43.000 €** soit environ **11% du total des coûts 2010 dont 54% pour le seul OT de Caussade** (loyer de 15.350 €/an).



Questions ouvertes aux Offices de Tourisme



➤ **Quels sont aujourd'hui les « atouts » du Pays Midi-Quercy qui permettent à la destination de se différencier de la concurrence ? Comment mieux les valoriser ?**

- « Une grande diversité de Paysages sur un petit périmètre »,
- « La proximité immédiate de Toulouse, une accessibilité routière stratégique (A20),... » ,
- « Des sites touristiques diversifiés : les Cités historiques, l'Abbaye de Beaulieu, un patrimoine architectural préservé,... », les Gorges de l'Aveyron, les marchés locaux, les producteurs,...
- « La proximité de sites touristiques renommés : Saint-Cirq-Lapopie, Albi, Moissac, Cordes, Aveyron,...) » ,
- La possibilité de pratiquer l'itinérance sous toutes ses formes : pédestre, équestre, vélo, kayak,....
- La mise en avant du tourisme vert, du développement durable, de l'exemplarité environnemental,...
- La possibilité de pratiquer des activités de pleine nature « fun » : kayak, canyoning, escalade,...à 1 heure de Toulouse,



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Midi-Quercy ?

- « La faiblesse de l'offre activités et de visites de Toussaint à Pâques »,
- « Un manque d'offre en matière d'hébergement touristique (hôtellerie de bon confort et de capacité suffisante pour accueillir des groupes, gîtes de groupe,...) »,
- « Il nous semble primordial de trouver une solution afin d'amener les hébergeurs existants à relooker leurs meublés ou chambres d'hôtes pour répondre aux exigences de qualité de la clientèle »,
- « Une absence de politique touristique structurée et une grande diversité des intervenants rendant difficile la lisibilité des missions et rôles de chacun »,
- Un sentiment d'appartenance à des identités territoriales différentes selon les parties du Pays où l'on se trouve rendant difficile l'émergence d'un projet commun »,
- « Pas de compétence tourisme au niveau de notre Communauté de Communes, une dispersion et grande différence entre OT du réseau (dans les missions, les moyens...) »,
- « Les OT n'ont pas tous les mêmes ambitions, ni les mêmes objectifs, ce qui complexifie la mise en réseau », « Tous les OT ne s'impliquent pas de la même façon »,



➤ **Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Midi-Quercy ?**

- « Un manque de valorisation du Pays au niveau de la promotion départementale et régionale,... » ,
- « Un enclavement géographique (carrefour des trois départements) – confusion Gorges de l'Aveyron / Gorges du Tarn... »
- « Pas assez d'offres structurées et organisées en matière d'activités de pleine nature, randos, VTT, canoë, pédestre équestre,...) » ,
- « Pas assez de site pour les familles avec enfants (ferme animalière, accrobranche..) » ,
- « Une seule plage surveillée sur la rivière » ,
- « Une signalisation à améliorer, des panneaux touristiques à conforter,... » ,
- « Développer des relations plus étroites entre OT à une échelle plus importante dépassant les limites de notre Territoire,... » ,
- « Dégager plus de temps pour approfondir le relationnel avec les prestataires, coller d'avantage à l'évolution de notre métier » ,...



➤ **Comment voyez vous l'organisation touristique actuelle du Midi-Quercy ?
Quels sont ses points forts et ses faiblesses ?**

- « L'organisation actuelle est globalement satisfaisante (plus de cartes et de dépliants, une meilleure coordination des OT/SI,...) seraient un plus »,
- « L'importance du réseau des OT au sein du Pays est un point fort mais l'absence de coordination tourisme a l'échelle de notre Communauté de Commune nous handicape »,
- « Poursuivre le travail en commun, amplifier les échanges entre les différents Offices de Tourisme »,
- « Renforcer la logique partenariale et dépasser le seul cadre communal ,... »



➤ **Comment rendre la destination encore plus attractive ? Que faudrait-il améliorer (en termes d'organisation, de communication, de promotion et de commercialisation, de stratégie de Marque, de développement, de qualité) ?**

- « Identifier un élément phare, moteur et partagé à l'échelle du Pays »,
- « S'appuyer davantage sur les locomotives touristiques du territoire »,
- « Mieux communiquer ensemble sous une bannière commune et avec des outils communs »,
- « Dynamiser notre territoire sur toute l'année »,
- « Mieux former les personnels du tourisme pour répondre aisément à la demande du touriste. Formation des accueillants en langue, notamment l'anglais »,
- Plus de promotion directe auprès des toulousains, dans le métro, dans les facs, place du capitole,...
- Créer une grande animation sur la rivière Aveyron (un Aveyrona, dans le style de Garona, descende en radeaux..),
- « Mieux travailler sur l'accueil de journalistes pour les marchés, les activités de pleine nature »,
- « Commercialisation directe de produits groupes et de produits individuels avec des offres promotionnelles a mettre sur notre site,... ».



➤ **Quelles sont vos attentes par rapport à une organisation future du Pays Midi-Quercy ? Comment l'imaginez vous ? Quels sont vos besoins ? Que reste t-il à faire et avec quelles priorités ?**

- « Une réflexion globale au niveau du Pays Midi - Quercy, une gestion au niveau des Communautés de Communes (fonctionnement fédéral) »,
- « L'objectif principal est d'être toujours plus performant et de générer des retombées économiques plus importantes. C'est cet argument qui doit être déterminant pour fixer l'organisation touristique du territoire »,
- « Une communication et structuration à faire autour des Vallées de l'Aveyron, ne pas faire la communication sur le Pays Midi-Quercy »,
- « Essayer d'homogénéiser le travail des OT (constellation, calendrier des festivités, guides pratiques..),
- « Augmenter notre capacité à être présent sur des salons autres que celui de Toulouse »,
- « Engager une Démarche Qualité collective »,
- « Assurer une promotion plus axée « Gorges de l'Aveyron » (qui peut être une manière de se différencier),



➤ **Quelles sont vos attentes par rapport à une organisation future du Pays Midi-Quercy ? Comment l'imaginez vous ? Quels sont vos besoins ? Que reste t-il à faire et avec quelles priorités ?**

- « Il est nécessaire de garder une certaine souplesse de travail pour être réactif par rapport à la demande de la clientèle »,
- « Nous imaginons une organisation telle qu'elle est aujourd'hui avec une valeur ajoutée par des nouvelles actions communes transversales »,...
- « Dépasser le cadre du Pays, collaborer et échanger plus étroitement avec d'autres territoires (Lauzerte, Cordes,...) »,
- « Continuer et étendre la mise en place de produits, valoriser les éléments insolites en guise de produits d'appel,... ».



ENTRETIENS AVEC LES ELUS



➤ **Quels sont aujourd'hui les « atouts » du Territoire du Pays Midi-Quercy qui permettent à la destination de se différencier de la concurrence ? Comment mieux les valoriser ?**

- « Une **situation géographique privilégiée** à proximité de Toulouse, entre Tarn, Aveyron, Lot et Haute-Garonne,... ».
- « Le Pays Midi-Quercy est une **entité pertinente** qui illustre bien le Sud, le soleil,... ».
- « Les **Gorges de l'Aveyron**, une marque connue de tous », « **le triangle Cordes – Najac – Saint Antonin**,... ».
- « Les **différentes formes de tourisme** : du tourisme de nature aux loisirs sportifs, du tourisme culturel et patrimonial avec notamment les cités historiques, du tourisme pour les couples, les familles,... ».
- « La tradition culinaire, des espaces naturels préservés, les festivités et les animations, des produits du terroir, une qualité de vie,... ».
- « Des **sites de visite majeurs** (les Cités historiques, l'abbaye de Beaulieu,...) ».
- « Une complémentarité de l'offre des Communautés de Communes, des Communes, des espaces, des activités et des hébergements ».
- « **Un travail en commun** depuis 2003 avec un plan d'actions et des outils communs ».



➤ Quels sont aujourd'hui les « atouts » du Territoire du Pays Midi-Quercy qui permettent à la destination de se différencier de la concurrence ?
Comment mieux les valoriser ?

- « Un service tourisme au sein du Pays efficace, professionnel que l'on voit sur le terrain ».
- « Des atouts à mieux valoriser, identifier une offre qualitative plus représentative du Midi-Quercy,... ».
- « Une offre porteuse à mieux **sélectionner** ».
- « Mettre en avant des thématiques qui doivent avant tout valoriser le département ».
- « Ne pas oublier les nuitées en **résidences secondaires** et chez les parents et amis, mieux utiliser la **proximité de Toulouse**,... ».
- « Jouer la **complémentarité entre les filières** Nature, Culture, Savoir faire et ne pas au contraire les opposer ».



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Pays Midi-Quercy ?

- « Le Pays Midi-Quercy n'est pas une entité homogène, il n'y a pas d'unité naturelle, le devenir collectif me paraît flou, peu de chose nous cimente,... ».
- « Je ne suis pas favorable à une marque porteuse : Midi-Quercy,... ».
- « Les Gorges de l'Aveyron sont une destination connue de tous, cela pourrait être notre marque touristique derrière laquelle nous devrions nous regrouper ».
- « Midi-Quercy est notre bannière à tous, les Gorges de l'Aveyron ne sont qu'un élément constitutif du Pays Midi-Quercy ».
- « Le développement du tourisme est fondamental pour créer de l'emploi, c'est une des seules ressources à fort potentiel de croissance. Mais certains élus n'ont pas conscience que le tourisme est un formidable levier de développement économique ».



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Pays Midi-Quercy ?

- Seule la CdC QRGA est identifiée comme une destination touristique, le reste du Pays Midi-Quercy n'a que peu d'intérêt touristique, ...une partie Ouest « zone d'ortoirs » de Montauban, ... ».
- « Un chacun pour soi qui nuit à l'efficacité, ...il y a un certain esprit de clocher, une forme de concurrence entre nous, ... ».
- « Il y a une fracture entre la Pierre et la Terre, nous devons apprendre à mieux travailler ensemble, ... ».
- « Ce qui me gêne c'est que l'on a mis en parallèle plusieurs études touristiques sur le Pays Midi-Quercy (Schéma organisationnel, Schéma des activités nautiques non motorisées, Projet d'itinérances douces dans les vallées du Viaur et Gorges de l'Aveyron) sans véritables liens, sans articulation et coordination, ... ».
- « L'organisation actuelle laisse à désirer, il y a un manque de professionnalisation des agents d'accueil des OTSI, comment les intéresser ? ».



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Pays Midi-Quercy ?

- « Nous avons trop de brochures touristiques dans nos OTSI, les dépenses sont excessives en la matière pour si peu de résultats,... il nous manque un vrai outil internet commun,... ».
- « La conjoncture est aussi un frein à ne pas négliger avec un touriste qui sélectionne, réduit ses dépenses et se concentre sur les sites d'exception,... ».
- « Des durées de visite de plus en plus courtes,... les touristes ne restent qu'1h30 à 2h00 dans nos cités historiques, ils recherchent les activités gratuites, ne prennent pas le temps de suivre une visite guidée,... ».
- « Nous n'avons pas d'outils/de supports communs ne serait-ce qu'une carte touristique des cités historiques en dépassant le cadre de nos frontières administratives : Cordes, Najac, Penne, Puycelci,... ».
- « Le déficit qualitatif de nos hébergements et le manque de lits hôteliers sont un handicap majeur pour le Pays ».



➤ **Comment rendre la destination encore plus attractive ? Que faudrait-il améliorer (en termes de communication, de promotion et de commercialisation, de stratégie de Marque, de développement, de qualité) ?**

- « Construire une véritable stratégie de Marque pour la destination,... ».
- « Développer des projets identitaires et durables à la croisée de nos activités agricoles, artisanales, rurales et de nature ».
- « Créer des hébergements, je pense à un hôtel de bon confort (séduire des investisseurs potentiels) et développer des activités à l'année ».
- « Mieux vendre le territoire en dehors de juillet et août en s'appuyant sur des produits filières : culture, randonnées, festivités, gastronomie, agritourisme,... ».
- « Nous devons faire l'inventaire de nos richesses, sélectionner et qualifier notre offre, travailler le référencement, transformer notre stratégie accès uniquement sur l'été en stratégie à l'année, séduire de nouvelles clientèles,... cela implique une décision collégiale ».
- « Mieux promouvoir notre territoire et ses activités, ne pas seulement arroser les autres destinations (Cordes, Najac, Albi,...) ».



➤ **Comment rendre la destination encore plus attractive ? Que faudrait-il améliorer (en termes de communication, de promotion et de commercialisation, de stratégie de Marque, de développement, de qualité) ?**

- « Une thématique culturelle qu'il convient de muscler, notamment la mise en scène de nos cités historiques avec des outils de médiation modernes et interactifs ».
- « La mise en place d'un club des Sites au sein du Département est une bonne initiative, un outil intéressant à adopter,... ».



➤ **Quelles sont vos attentes par rapport à une organisation future du Pays Midi-Quercy ? Comment l'imaginez vous ? Quels sont vos besoins ? Que reste t-il à faire et avec quelles priorités ?**

- « La centralisation peut nous amener une perte d'efficacité et une perte d'identité pour nos communes ».
- « Attention, si c'est pour créer une « usine à gaz » qui nous obligera à renoncer à nos actions, nous n'y tenons pas ».
- « Je suis contre un bouleversement administratif et juridique de nos OTSI,... commençons d'abord par travailler sur des outils communs et notamment Internet,... ».
- « J'ai une vision floue sur cette question de l'organisation touristique, j'ai l'impression que cela va coûter cher si il y a un transfert de la Compétence Tourisme des Communes à la Communauté de Communes,... ».
- « Je vois plutôt une organisation avec 1 Office de Tourisme par Communauté de Communes dans un premier temps,... ».
- « Je vois un découpage en 3 Territoires touristiques pertinents : le Quercy Caussadais, le Quercy Rouergue et Gorges de l'Aveyron et le Territoire regroupant le Quercy Vert et les Terrasses et Vallée de l'Aveyron avec 1 OT Intercommunal par Territoire,... ».



➤ **Quelles sont vos attentes par rapport à une organisation future du Pays Midi-Quercy ? Comment l'imaginez vous ? Quels sont vos besoins ? Que reste t-il à faire et avec quelles priorités ?**

- « L'échelon de la Communauté de Communes est préférables à mes yeux en termes d'organisation,... ».
- « J'opterais pour un regroupement avec un OT supra communautaire : une seule unité de commandement, un discours unique,.. »
- « Je suis convaincu de l'utilité d'une organisation unique à l'échelle du Pays, une organisation au service du territoire, de son projet touristique où chacun doit percevoir une partie de son identité,... ».
- « Il est nécessaire que tout le monde s'approprie la stratégie de notre territoire avant de parler -actions-,... ».

La majorité élus souhaitent continuer à communiquer avec la Marque « Midi-Quercy » d'autres sont persuadés que la Marque Gorges de l'Aveyron est plus identifiée et plus porteuse.

Des avis tranchés et diversifiés mais toutefois une prégnance du scénario avec une organisation privilégiant un OT par CdC.



**ENTRETIENS AVEC LES
SOCIOPROFESSIONNELS
ET LES ACTEURS INSTITUTIONNELS**



➤ **Quels sont aujourd'hui les « atouts » du Territoire du Pays Midi-Quercy qui permettent à la destination de se différencier de la concurrence ? Comment mieux les valoriser ?**

- « Une situation géographique remarquable,... »,
- « La diversité des paysages sur un petit territoire et leur complémentarité »,
- « Toutes les typologies d'hébergements sont représentées sur le Pays »,
- « Une grande variété et diversité de sites de visite, d'activités, de loisirs, de festivités,... »,
- « Des locomotives touristiques identifiées : Saint-Antonin-Noble-Val, Bruniquel, les Gorges de l'Aveyron... »,
- « Un patrimoine architectural et naturel préservé et de grande qualité à proximité de Toulouse »,
- « Des activités de nature pour tous (activités douces, funs et sportives) : de la randonnée classique à la spéléo, à l'escalade,... »,
- « Une image positive liée aux produits du terroir, des marchés fréquentés, un label Bienvenue à la Ferme bien représenté,... »,
- « Des prix compétitifs,... un juste équilibre entre activités gratuites et prestations payantes ».



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Pays Midi-Quercy ?

- « Un manque parfois de prise en compte du tourisme par les élus et de son importance en tant que levier de développement économique pour le Pays »,
- « Nous ne sommes pas un territoire de séjours touristiques, seulement un territoire d'étapes,... » ,
- « Nous devons faire face encore aujourd'hui à de nombreux freins : le stationnement, la signalisation, les panneaux d'information, l'hyper saisonnalité, les amplitudes horaires, le déséquilibre sur le Pays en matière d'attractivité de l'offre »,
- « Les sites de visite ne jouent pas tous leur rôle de renvoi,...le jeu collectif n'est pas prôné par tous,... » ,
- « Un problème de coordination, un partenariat à renforcer entre les hébergeurs, les sites de visite, les activités de nature,... » ,
- « Un manque d'innovation et d'interactivité dans les sites de visite » ,
- « Un manque de motivation et de professionnalisation des personnels des OTSI. Trop d'attentisme et pas assez d'actions,... » .



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Pays Midi-Quercy ?

- « Un manque de considération des clientèles étrangères, notamment dans la traduction de l'information touristique (panneaux, brochures,...) »,
- « Une confusion Gorge du Tarn / Gorge de l'Aveyron,... ».
- « Il manque une hôtellerie de bon confort avec des plus produits de type remise en forme/spa, avec de belles chambres spacieuses,... pour lutter contre la saisonnalité ».
- « De plus en plus de chambres d'hôtes et rien aux niveau d'infrastructures de grande capacité pour accueillir des groupes. Notre Pays n'est qu'une étape, une destination d'excursions à la journée ou à la demi-journée et non une base de départ et de séjours. Ce sont les départements voisins qui en profitent malheureusement, pas nous,... ».
- « Il manque une offre spécifique pour les familles avec des enfants en bas âge de type parc animalier,... ».
- « La destination manque de visibilité, il n'existe pas de véritable discours commun, c'est chacun pour soi avec de faibles moyens, il suffit de regarder le site internet de mon OT,... » .



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Pays Midi-Quercy ?

- « Il faut davantage faire parler de Midi-Quercy, être présent dans la presse, ... nous n'avons pas de projet touristique commun ambitieux de type événementiel à l'échelle du Pays, ... ».
- « La Marque forte c'est : Gorges de l'Aveyron, il y a là une véritable unité de territoires, de paysages, de cultures, de thématiques, ... on s'entend mieux d'ailleurs en matière de stratégie touristique avec des communes et sites hors Midi-Quercy comme Penne, Najac, ... ».
- « Le touriste ne raisonne pas en territoire administratif, dans un rayon de 50 km nous avons une thématique touristique forte autour des Cités historiques et pas de carte touristique commune interdépartementale, ... ».
- « Un outil intéressant, à l'échelle du Pays : la Carte Ambassadeur, a été créé mais l'initiative est restée quelque peu confidentielle. Il aurait fallu davantage communiquer dans la presse locale et régionale et susciter une plus grande implication de la population locale , ... ».



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Pays Midi-Quercy ?

Points complémentaires soulevés par les Partenaires Institutionnels.

- « Il se passe des choses de qualité sur le Midi-Quercy, citons pour exemple le Festival Offenbach de Bruniquel, nous avons également des sites remarquables,... malheureusement l'appellation Midi-Quercy n'est pas assez souvent associée à ces richesses,...les retombées (image, de notoriété, médiatiques,...) sont rarement à l'échelle du Pays,... la politique/la stratégie touristique tout simplement n'est pas construite pour le Midi-Quercy, mais pour les entités (au cas par cas) qui la constituent (esprit de clocher) ».
- « Les liens entre le Pays et les OTSI ne sont pas clarifiés. Nous n'avons pas de véritables interlocuteurs sur des thématiques spécifiques et/ou filières en Pays Midi-Quercy. Vers qui nous tourner ? ».
- « Pour la filière Nature par exemple, nous avons une pléthore d'acteurs, un éparpillement des prestataires. Il est difficile pour le touriste, le sportif,... de se faire une idée précise sur les prestations proposées. Il y a un réel manque de coordination et d'harmonisation ».



➤ Quels sont aujourd'hui les « freins » au développement du tourisme du Pays Midi-Quercy ?

Points complémentaires soulevés par les Partenaires Institutionnels

- « Qui fait quoi ? A quel(s) tarif(s) ? Pour quelle(s) clientèle(s) : individuels/groupes ?

Quelle(s) horaire(s) d'ouverture ? quel(s) niveau(x) ? Activités encadrées/libres ?
Un recensement très précis de l'offre est nécessaire doublé d'une mise en valeur commerciale, ... ».

- « Il faut faciliter le développement d'hébergements touristiques adaptés aux thématiques Nature » et à l'itinérance : hébergements à côté des chemins de randonnées, des véloroutes, ... ».

- « La politique Régionale et Départementale n'est pas toujours assimilée et suivie par les acteurs professionnels du tourisme et les OTSI du territoire. La politique Grands Sites de Midi-Pyrénées va concerner le Midi-Quercy, il faut s'en servir, c'est un atout important, ... ».



➤ **Comment rendre la destination encore plus attractive ? Que faudrait-il améliorer (en termes de communication, de promotion et de commercialisation, de stratégie de Marque, de développement, de qualité) ?**

- « Mettre en avant la Marque Gorges de l'Aveyron ».
- « La Marque Midi-Quercy est en fait le dénominateur commun autour duquel on se retrouve, il faut la conserver ».
- « Il est nécessaire de consolider le volet formation des prestataires et des OTSI ».
- « Il est important de mieux qualifier l'offre, de rassurer en créant une véritable gamme de produits (nature, gastronomie,...), de travailler avec l'ADT 82 et les agences de commercialisation existantes, de personnaliser encore mieux la réponse faite aux consommateurs,... ».
- « Mettre en place un véritable outil de mesure. Avoir des retours précis sur le poids du tourisme dans le Pays en termes d'emplois, de nuitées, de visiteurs, de CA, sur la saisonnalité, sur les typologies de clientèles,... ».
- Adopter une véritable stratégie Internet : 1 seul site portail ou bien avoir à minima une seule et même charte graphique pour l'ensemble des sites des Offices de Tourisme de la destination ».



➤ **Comment rendre la destination encore plus attractive ? Que faudrait-il améliorer (en termes de communication, de promotion et de commercialisation, de stratégie de Marque, de développement, de qualité) ?**

- « J'aimerais que mon offre soit davantage valorisée par des outils visibles des clientèles touristiques,... ».
- « Pourquoi ne pas mettre en place un système de centrale d'appel d'information tourisme avec un numéro unique pour le Pays ».
- « Le Pays est le moteur d'une dynamique touristique, il doit renforcer son rôle de catalyseur et d'interface,... ».
- « Il faut capitaliser sur la Marque Midi-Quercy, elle est plus porteuse que Gorges de l'Aveyron, car cette dernière est trop restrictive (monothématique de l'eau / itinérance) ».
- « Un projet fédérateur à l'échelle du Pays (dénominateur commun) pourrait être une piste à envisager, pourquoi pas une thématique sur les Mémoires des Berges de l'Aveyron ? »



➤ **Quelles sont vos attentes par rapport à une organisation future du Pays Midi-Quercy ? Comment l'imaginez vous ? Quels sont vos besoins ? Que reste-t-il à faire et avec quelles priorités ?**

- « Il convient de travailler sur une Organisation à partir d'une stratégie commune. Or, le Pays n'a pas aujourd'hui de véritable stratégie touristique ou plutôt cette dernière n'a pas été adoptée ou appliquée par tous (ligne directrice, objectifs de fréquentation, allongement de la saison, qualification de l'offre,...) ».
- « Il y a nécessité à travailler sur une amélioration du dispositif actuel avec plus de moyens pour la communication et la promotion, une plus grande implication des élus ».
- « Je n'ai pas de souci de commercialisation de mon offre en saison. J'attends de la nouvelle organisation une aide à la vente de mon offre sur le hors saison ».
- « L'organisation idéale serait celle d'un Office de Tourisme supra communautaire qui conserverait ses points d'accueil à l'échelle du Pays. Les missions des OTSI évoluent, ils ne pourront plus tout faire tout seuls demain, il convient donc de regrouper, mutualiser les moyens humains et financiers,... ».



➤ **Quelles sont vos attentes par rapport à une organisation future du Pays Midi-Quercy ? Comment l'imaginez vous ? Quels sont vos besoins ? Que reste-t-il à faire et avec quelles priorités ?**

- « Une clarification des liens entre le Pays Midi-Quercy et les Offices de Tourisme - Syndicats d'Initiatives est fondamentale,... la nomination d'un référent par thématique/filière est plus que nécessaire aujourd'hui (1 Office de Tourisme référent par thématique/filière ?).
- « L'organisation doit permettre une simplification des structures, une efficacité renforcée et des économies d'échelle grâce au regroupement des moyens ».
- « Il faut dégager de véritables budgets actions, qualifier et structurer l'offre,... se doter d'outils collectifs (1 site Internet portail de la Destination compatible avec le Système Départemental d'Information Touristique) ».
- « La nouvelle organisation doit être au service du Pays et de ses projets tout en respectant l'identité de chacune des Communes et Territoires ».
- « L'organisation devra être adaptée au portage de la Marque de Destination « Pays du Midi-Quercy ».



➤ **Quelles sont vos attentes par rapport à une organisation future du Pays Midi-Quercy ? Comment l'imaginez vous ? Quels sont vos besoins ? Que reste-t-il à faire et avec quelles priorités ?**

- « Nous devons tous ensemble mettre en avant une logique de Destination, privilégier une unité pour coordonner et travailler sur des projets à l'échelle supra communautaire,...les bureaux d'accueil ne perdent pas leur âme et conservent leur mission d'accueil et d'information. Seule la promotion est réfléchie à un niveau supra ».
- « L'OT supra communautaire est à la fois la vitrine du Midi-Quercy et un laboratoire d'idées, un centre de ressources au service du développement touristique, le relais de la politique départementale et régionale,... ».
- « On peut faire du Midi-Quercy une véritable destination touristique, avec à l'horizon 3 ans, une organisation privilégiant dans un premier temps un OT par Communauté de Communes (marier les leaders qui sont dans une même intercommunalité),...».



➤ **Quelles sont vos attentes par rapport à une organisation future du Pays Midi-Quercy ? Comment l'imaginez vous ? Quels sont vos besoins ? Que reste t-il à faire et avec quelles priorités ?**

- « Il ne faut pas oublier les nouveaux critères de classement relatifs aux Offices de Tourisme qui dès 2014 auront des répercussions fortes sur notre organisation territoriale ».
- « Il n'y aura plus de financement du Département si une logique organisationnelle privilégiant la mutualisation et les regroupements n'est pas appliquée dans les territoires,... ».



LES PREMIERS ENSEIGNEMENTS DU DIAGNOSTIC



L'ensemble des acteurs semble s'accorder sur plusieurs points qu'il convient de valider :

- Une évolution du réseau, une organisation au service d'une stratégie, précisons la STRATEGIE.**
- Une organisation au service des Défis du Territoire avec d'une part la logique de Développement et d'autre part la Compétence Tourisme dans le respect de la loi. Une nécessaire professionnalisation de l'accueil touristique.**
- Ne pas casser une dynamique de territoire, notamment le travail déjà réalisé de mutualisation/de partenariat tout en améliorant l'efficacité de l'euro investi.**
- Respecter l'animation locale, l'implication des bénévoles, des habitants et des habitantes.**
- Mutualiser tout ce qui peut l'être notamment les outils : sites Internet, éditions, formation et plan Qualité, observation,...**



Les acteurs semblent divisés sur plusieurs points qu'il convient de débattre :

→ **La Marque ou les Marques porteuse(s)** de la Destination avec réflexion sur un code et un contrat de marque territoriale (Midi-Quercy, Gorges de l'Aveyron,...).

→ La nécessité de **définir le périmètre et le regroupement des 5 volets du développement touristique et de la compétence tourisme :**

- Accueil, information, promotion
- Animation locale et festivités
- Commercialisation
- Gestion d'équipements
- Développement touristique et coordination

→ La nécessité d'un **plan d'actions commun ou d'un programme à la carte** (Midi-Quercy, Gorges de l'Aveyron, échelle Communale,...)

→ Le **niveau d'implication** des élus et des socioprofessionnels dans le dispositif d'ensemble.

→ Le **niveau d'engagement financier** nécessaire et la clé de répartition entre les acteurs.



POURQUOI TENDRE VERS UNE LOGIQUE DE REGROUPEMENT



POURQUOI TENDRE VERS UNE LOGIQUE DE REGROUPEMENT

- **Le marché, la demande**, l'hyper concurrence, la bipolarisation du tourisme, les nouveaux arbitrages d'achat,
- **La raréfaction des ressources financières** des collectivités,
- Une mutation / une **révolution technologique** qui exige de travailler autrement et de s'adapter à la tendance du « tout-numérique »,
- Une **demande d'expertise** de plus en plus forte : on demande à l'agent d'accueil de nouveaux services, de nouvelles compétences, un conseil, une recommandation,... que le touriste ne peut trouver sur le Web,...
- **Des socioprofessionnels en attente de nouvelles prestations/services** de leur Office de Tourisme (ils veulent autre chose que la simple mention de leur établissement dans la brochure touristique,...),
- De **nouveaux critères de classement des OTSI** (qui entreront en vigueur en janvier 2014), plus exigeants : omniprésence du Web, critères de performances, pouvoir générer des ressources propres, management territorial,...



LES NOUVEAUX CRITERES DE CLASSEMENT DES OTSI

- La Fédération Nationale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (FNOTSI) s'engage dans une démarche de qualité. Elle change de nom pour devenir « Offices de Tourisme de France ».
Elle change aussi ses classifications. Les « étoiles » disparaissent et laissent place aux « catégories ».

Les Offices de Tourisme en ont donc fini avec leurs classifications de 1 à 4*, ils seront désormais de 1ère, 2ème ou 3ème catégorie.

⇒ **L'Office de Tourisme de 3ème catégorie** représentera une **structure de petite taille**, le plus souvent rurale, dotée d'une équipe permanente essentiellement chargée de l'accueil et de l'information. Cette catégorie s'engagera, par exemple, à ouvrir son enseigne d'accueil au moins 120 jours par an en comptant les samedis et dimanches en périodes touristiques et durant les journées événementielles propres à sa zone géographique. Le personnel devra parler au moins une langue étrangère.



LES NOUVEAUX CRITERES DE CLASSEMENT DES OTSI

⇒ **L'Office de Tourisme de 2ème catégorie** correspondra à une structure de taille moyenne avec un champs d'action recouvrant un bassin de consommation touristique homogène. Le projet de texte précise qu'il devra proposer des services variés de nature à **générer des ressources propres**. L'OT de 2ème catégorie ouvrira 240 jours dans l'année et son personnel devra maîtriser 2 langues étrangères.

⇒ **L'Office de Tourisme de 1ère catégorie** (dit **Office de Tourisme « entrepreneurial »**) ouvrira 305 jours par an. La nouvelle réglementation stipule qu'il s'agit de structures ayant vocation à fédérer les professionnels et à développer l'économie touristique dans leur zone géographique. Une équipe polyglotte sera pilotée par un Directeur. L'OT de 1ère catégorie devra aussi déployer des actions de promotion. Il devra générer des ressources propres et maîtriser les technologies de l'information et de la communication (réseaux sociaux, téléphones mobiles, géolocalisation,...).



LES NOUVEAUX CRITERES DE CLASSEMENT DES OTSI

Ce classement (efficace à l'horizon 2014) renforce le rôle des élus et des collectivités territoriales et se fonde sur une plus grande professionnalisation des missions liée au respect de critères strictes selon les catégories : nombre de jours d'ouverture, salarié permanent et responsable, équipements technologiques, capacité d'hébergement du territoire, qualification linguistique des personnels...

La nouvelle grille de classement des OTSI rehausse de manière significative le niveau d'exigence et de performance escompté d'un Office de Tourisme.

Quel que soit le classement visé, on parle dans tous les cas de plans d'actions, de promotion, de communication, d'évaluation des résultats, du suivi de la satisfaction des visiteurs/clients, d'indicateurs de performance relatifs aux résultats atteints et aux moyens déployés, d'actions d'animation du réseau des acteurs, d'accès wifi gratuit, de la production et/ou vente de packages touristiques, de tableau de bord de suivi de la fréquentation,...

Ce classement positionne également les Offices de Tourisme comme organismes référents du tourisme sur leur zone géographique et impose une démarche qualité dès la deuxième catégorie.



LES ENJEUX ET PREMIERES PISTES DE TRAVAIL

- Tout regroupement des OTSI à des seules fins financières (économiques) est voué à l'échec.
- Le choix du statut d'un Office de Tourisme Intercommunautaire ou Intercommunal doit se faire en toute fin et ne doit pas constituer un pré-requis.
- C'est le programme (quelle organisation pour quoi faire ?) qui est important et qui doit être mis en avant. Le statut juridique suivra de lui même. On se pose trop souvent la question du qui ? avant le quoi ? ».
- Le choix du statut doit être cohérent avec le dimensionnement de l'OT de Destination et de l'ambition touristique (son projet touristique) que se donne le Pays et ses élus.
- L'enjeu principal est de bâtir un projet de territoire concerté (qui prenne en compte les intérêts de chacun), dans une logique de destination et de concevoir une organisation au service du territoire, de son projet (travailler en mode projet).



LES ENJEUX ET PREMIERES PISTES DE TRAVAIL

Il y a 3 niveaux de mutualisation potentiels :

- **Les moyens humains et financiers** : meilleure gestion des fonds publics, pérennisation des emplois, meilleure répartition des tâches et coordination des moyens humains, productivité et expertise renforcées, gestion de la pluri-activité saisonnière,...
- **La promotion** : stratégie et positionnement commun, meilleure harmonie et cohérence des actions de communication, économie d'échelle sur les outils de communication, ...
- **La production touristique** : production d'une offre adaptée aux attentes des clientèles, amélioration de la mise en marché des professionnels du territoire,...



LES ENJEUX ET PREMIERES PISTES DE TRAVAIL

Il faudra mettre en œuvre un **plan de communication partagé** avec :

- L'adoption d'un consensus autour des identités, des images, des messages et des valeurs à véhiculer à l'échelle du Midi-Quercy,
- La définition d'une charte graphique / d'une ligne éditoriale commune,
- Une rationalisation de la politique d'édition (un magazine de destination, un tabloïd promo-vente, une carte touristique à l'échelle du Pays),
- La création d'un portail Internet pour la destination « Midi-Quercy ».

Il est important de **mieux lier les fonctions de développement, de marketing et de commercialisation** grâce un interlocuteur privilégié et animateur de la politique de développement touristique du Pays Midi-Quercy.



LES ENJEUX ET PREMIERES PISTES DE TRAVAIL

- **Mutualiser les équipes, les budgets, les actions** (pour renforcer le réseau, professionnaliser les méthodes de travail et concevoir une organisation plus adaptée aux nouveaux défis).
- **Impulser une dynamique collective « d'intérêt supra communautaire ».**
- **Favoriser une gouvernance moderne associant élus, socioprofessionnels, bénévoles,...**

▪ **Être présent là où sont les flux de visiteurs :**

En fonction du scénario retenu :

- Office(s) de Tourisme / Antennes d'accueil
- Point « Info » : un site de visite
- Point « Info » Saisonnier : base de loisirs

- **Etre fortement présent sur le Web, bien référencé, et sur les réseaux sociaux.**



LES ENJEUX ET PREMIERES PISTES DE TRAVAIL

- **Avoir un local d'Office de Tourisme qui soit la « bande annonce, l'introduction » du Pays, donner les clés de lecture aux visiteurs.**
- **En fonction du scénario retenu : former une équipe de **techniciens multitâches et polyvalents** autour d'un **Directeur/Manager** (pourquoi ne pas identifier un « référent » par grande thématique ou filière ?).**
- **Envisager d'ores et déjà les 3 scénarii suivants :**
 - **1) L'Office de Tourisme Intercommunautaire** (transfert de la compétence « Tourisme » de l'ensemble des Communes et Communautés de Communes au Syndicat Mixte pour aboutir à la création d'une Structure du Tourisme à l'échelle du Pays Midi-Quercy avec maintien des Points d'Accueil sur l'ensemble Territoire),



LES ENJEUX ET PREMIERES PISTES DE TRAVAIL

C'est imaginer l'Office de Destination qui concentrera les fonctions de Back-office (marketing et web marketing, accompagnement des prestataires, management, promotion/commercialisation,...) et les points Info qui graviteront autour de l'OT de destination.

- **2) L'Office de Tourisme Intercommunal** (regroupement des Offices de Tourisme d'une même Communauté de Communes. **2 logiques existent :**
 - **la logique institutionnelle** qui est une logique d'Intégration avec une structure porteuse, un Office de Tourisme intercommunal, et une ou des antennes d'accueils qui sont préservées
 - ou **la logique conventionnelle** qui est une logique de Coopération avec un ou plusieurs points d'accueil organisés sur le Territoire autour d'un OT « animateur » ou d'une convention restreinte.



LES ENJEUX ET PREMIERES PISTES DE TRAVAIL

- **Maintien de l'organisation actuelle autour des 7 Offices de Tourisme existants avec définition de nouveaux outils en commun** (Ex. : site Internet portail, éditions,...création d'une structure de partage et de coordination (en complémentarité de l'action du Syndicat Mixte). Cette structure pourrait prendre la forme d'une Association « **Association du Pays du Midi-Quercy, des Offices de Tourisme du Midi-Quercy** »,...qui jouerait le rôle de réceptacle pour partager des moyens et mettre en place des actions de promotion communes par conventionnement entre les OT).



LES PRIORITES

⇒ Acter le fait de mettre en avant la **Marque de Destination « Midi-Quercy »** (bannière identitaire commune) car les Communautés de Communes seules n'ont pas vocation à être des destinations touristiques et trouver un **positionnement touristique collectif**.

Cela implique notamment :

- **De travailler « autrement »**, de nouvelles habitudes de travail avec l'arrêt de toute stratégie « micro »,
- **De déterminer un budget** promotion, communication à la hauteur des ambitions que l'on se donne : un budget actions dédié « Midi-Quercy »,
- **Des outils en commun**, une charte graphique et éditions communes, un site « portail » commun,...



LA PROCHAINE ETAPE



Phase 2 : Proposition de 2 ou 3 scénarii de structuration touristique

→ Mettre en œuvre une nouvelle phase de consultation des acteurs

⇒ Le Séminaire de travail et d'aide à la décision :

- Présentation des résultats du diagnostic de fonctionnement et mise en avant des forces et des faiblesses ainsi que des principaux dysfonctionnements et opportunités. Les enjeux et premières pistes de travail.
 - Témoignages : Intervention de plusieurs « grands témoins » sur des exemples concrets d'organisation et de logiques de regroupement en Midi-Pyrénées (Office de Tourisme du Gaillacois,...).
 - Travail de réflexion collective pour identifier et mesurer les scénarii potentiels devant conduire à optimiser la structuration et l'organisation et à corriger les dysfonctionnements.
- ⇒ Nouveaux entretiens personnalisés avec les principaux élus du Pays Midi-Quercy.**



Phase 2 : Proposition de 2 ou 3 scenarii de structuration touristique

→ La Proposition de Scenarii

Il n'y a pas de modèle unique de structuration et d'organisation, ce qu'il faut rechercher en premier lieu, c'est la professionnalisation des acteurs et la lisibilité des structures.

- ⇒ Les enjeux de l'organisation
- ⇒ Les missions de la nouvelle Organisation
- ⇒ Les principes de fonctionnement juridique (gouvernance et statuts,...)
- ⇒ L'évolution possible des compétences et des missions de cette nouvelle Organisation avec un phasage dans le temps
- ⇒ Les moyens nécessaires
- ⇒ Bilan avantages / inconvénients de chaque scenario