



---

## ASSISES REGIONALES DU TOURISME

---

Hôtel de Région, Toulouse, lundi 10 février 2014

Martin Malvy, président de la Région Midi-Pyrénées, a accueilli Sylvia Pinel, ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme, lundi 10 février, à l'Hôtel de Région pour les **assises régionales du tourisme**.

Dans le cadre des assises du tourisme, lancées par le ministère en novembre dernier, Midi-Pyrénées organise en effet une concertation régionale pour apporter ses contributions. Près de 300 acteurs du tourisme de Midi-Pyrénées se sont ainsi réunis toute la matinée pour échanger sur les enjeux et l'avenir de ce secteur essentiel représentant 53 500 emplois en Midi-Pyrénées et 7% du PIB régional.

**3 ateliers** se sont tenus en parallèle :

- Atelier 1 : Agir ensemble pour promouvoir la destination Midi-Pyrénées à l'international.
- Atelier 2 : Une offre touristique de qualité et un accès au tourisme pour tous.
- Atelier 3 : Emplois touristiques et formation : quelles évolutions face aux mutations du secteur ?

Ces assises sont l'occasion pour la Région de dévoiler, en avant-première, le spot TV de la campagne de promotion des stations thermales de Midi-Pyrénées qui sera diffusé sur les principales chaînes nationales à partir du 16 février.

## 1/ Nouveautés 2014 en direction du tourisme : deux nouveaux spots TV pour promouvoir le thermalisme et les Grands Sites Midi-Pyrénées

---

### Le thermalisme sur les écrans des grandes chaînes nationales

Une campagne de promotion de la filière « bien-être » de Midi-Pyrénées sera lancée du **16 février au 8 mars prochains**, soit 21 jours de campagne sur les chaînes hertziennes (France 2, France 5, Canal +), régionales (France 3) et TV/Cabsat (BFM TV, ITV, Arte, France Ô, National Geo, Comédie, Sport+, ...)

8 millions de téléspectateurs seront exposés et verront ce spot de 30 secondes.

Parallèlement à cette campagne, plusieurs actions seront menées : créations d'un site Internet dédié, actions sur les réseaux sociaux, ...

L'objectif de cette campagne globale de communication tournée autour du concept des « **eaux essentielles** » est de :

- promouvoir Midi-Pyrénées en tant que destination riche de la variété et des qualités exceptionnelles des eaux de ses 17 stations thermales,
- valoriser la qualité des stations thermales et de leurs équipements,
- promouvoir les différents établissements et équipements thermoludiques et de bien-être.

Lancé il y a près de 10 ans par la Région, le plan de rénovation du thermalisme et de sa diversification par le thermo-ludisme est quasiment achevé.

Au total, **17 stations thermales** ont été rénovées et **17 centres thermoludiques et de bien-être** ont pu être créés.

Ce sont plus de **120 M€** qui ont été investis dans ce secteur phare du tourisme régional.

La Région a soutenu ces équipements à hauteur de **20 M€** (37% de l'aide publique) : l'effet levier d'1€ investi par la Région s'élève à 6,48 €.

### Un nouveau spot TV Grands Sites

Une campagne de communication des « Grands Sites Midi-Pyrénées » aura lieu du **11 au 25 mai 2014**.

4 nouveaux spots sont en cours de réalisation. Suite aux précédentes campagnes, le score de notoriété de la Région Midi-Pyrénées est ainsi le **5<sup>ème</sup>** au niveau national.

### Solidarité suite aux intempéries de juin dernier

Par ailleurs, en 2014, la Région poursuivra son soutien aux structures touristiques de Haute-Garonne et des Hautes-Pyrénées, touchées par les inondations de juin dernier.

La Région s'est en effet mobilisée et a décidé lors de l'Assemblée Plénière du 27 juin 2013 d'exprimer la solidarité régionale comme elle a déjà su le faire par le passé, afin de venir en aide aux Midi-Pyrénéens sinistrés et permettre à l'économie locale de redémarrer le plus rapidement possible. Situées au cœur de territoires éminemment touristiques et en amont immédiat de la saison estivale, cette catastrophe a mis en difficulté l'économie touristique de nombreux territoires et de nombreux commerces et entreprises touristiques.

A ce jour, la Région a distribué **276 aides d'urgence** à des collectivités et entreprises des Hautes-Pyrénées et de la Haute-Garonne, pour un montant total de **10,3 M€**.

## 2/ Les actions de la Région en faveur du tourisme

Les efforts entrepris au cours de ces dernières années par la Région et l'ensemble des acteurs se sont traduits par un accroissement de la notoriété et de la visibilité de Midi-Pyrénées sur les marchés français et internationaux.

La valorisation des « **Grands Sites Midi-Pyrénées** » depuis 2010 a notamment incontestablement contribué à une plus forte visibilité et notoriété de la Région.

Les actions de la Région en faveur du tourisme se s'organisent en **4 axes principaux**.

### Axe 1 :

**moderniser et qualifier la production touristique dans une dynamique de développement durable du tourisme**

Depuis 2004, plus de **965 établissements** ont été soutenus par la Région qui a mobilisé près de **42 M€** générant plus de **276 M€** de travaux.

**L'effet levier d'1€** investi par la Région s'élève à **6,64 €**.

Le plan d'aide à la mise aux normes et à la modernisation de **l'hôtellerie lourdaise** – Lourdes est la deuxième ville hôtelière de France – s'est traduit par la mise aux normes et la modernisation d'environ **133 établissements** hôteliers.

**20 M€ de fonds européens FEDER** gérés par la Région ont été mobilisés par ailleurs entre 2007 et 2013 en faveur de l'économie touristique (hébergement, promotion, offices de tourisme, ...).

**En 2007**, la Région a engagé une démarche approfondie de **Développement Durable du Tourisme à l'échelle de l'ensemble du territoire régional**. Elle se traduit par l'implication des professionnels dans un processus complet qui prend désormais et simultanément en considération, **5 préoccupations** majeures de chaque entreprise touristique :

- **la viabilité économique** : pertinence du produit et viabilité dans le temps, cohérence du projet en regard de l'évolution de la demande des clientèles,...
- **la qualité environnementale** : intégration paysagère et architecturale, maîtrise des consommations énergétiques, recours aux énergies renouvelables, qualité des matériaux,...
- **la qualité des aménagements** : espaces d'accueil, prise en compte des attentes des familles, ...
- **l'accessibilité** aux personnes en situation de handicap,
- **la qualité sociale/sociétale** : création d'emplois, formation et qualification des salariés, prise en compte de l'accueil du personnel saisonnier, partenariat avec les prestataires locaux de services ou de loisirs,...

Si la Région a considérablement investi ces dernières années pour améliorer la qualité de l'offre touristique, les acteurs du tourisme doivent notamment, ensemble, parvenir à améliorer les standards d'accueil et assurer une meilleure lisibilité de notre patrimoine culturel et naturel.

Ce sont certains des enjeux inhérents au **second atelier** de ces assises régionales.

**Axe 2 :**  
**la valorisation touristique des territoires**

• **Les Grands Sites Midi-Pyrénées**

Lancés en juillet 2008 par la Région et ses partenaires (Départements, collectivités locales, offices de tourisme), les contrats Grands Sites visent à développer un secteur économique qui représente aujourd'hui **53 500 emplois<sup>1</sup> dans la région** en créant entre ces sites un véritable réseau touristique à l'échelle régionale. Ces 25 lieux emblématiques du patrimoine de Midi- Pyrénées accueillent 80% des 16,3 millions de touristes qui visitent la région chaque année.

Le dispositif « **Grands Sites Midi-Pyrénées** » répond à 4 objectifs majeurs :

- . assurer la promotion de ces Grands Sites sur les marchés étrangers, français et de proximité.
- . inciter et inviter les touristes en situation de séjour en Midi-Pyrénées, à découvrir les Grands Sites,
- . une fois dans un Grand Site, donner envie d'aller découvrir les autres Grands Sites de Midi-Pyrénées,
- . éviter, lors de l'arrivée des visiteurs dans le site, tout décalage décevant entre les attentes initiales et la réalité de l'accueil, des produits et des services.

Un **nouveau spot TV** sera proposé en mai prochain (*voir p.2*).



© Dominique Viet

Le Pic du Midi : un des Grands Sites de Midi-Pyrénées

• **Les Pôles Touristiques Pyrénéens**

**12 contrats de pôles touristiques pyrénéens** ont été mis en œuvre : Haute Ariège, Couserans, Pays d'Olmes, Pays de Luchon, Aspet / Saint-Béat, Luz, Cauterets - Pont d'Espagne, Argelès-Gazost – Hautacam - Val d'Azun, Tourmalet - Pic du Midi, Haut Louron - Peyragudes, Haute Vallée d'Aure, Gavarnie - Gèdre.

**Depuis 2001, 687 projets** ont été financés par la Région et les autres partenaires (Conseils Généraux, Etat, Europe) dans le cadre de la Convention Interrégionale du Massif des Pyrénées et de sa Convention d'Application « Recherche d'un équilibre durable de l'offre touristique pyrénéenne ».

L'aide de la Région à ces projets s'est élevée à **31 M€** (31% de l'aide publique) pour un coût total d'investissements de **plus de 240 M€**. Ces projets ont permis d'améliorer l'offre des domaines skiables mais également de diversifier les prestations « toutes saisons ».

<sup>1</sup> 53 500 emplois dont 32 000 emplois salariés touristiques permanents et 9500 non-salariés, auxquels il faut ajouter 11 000 emplois saisonniers.

Ce chiffre ne comprend pas les opérateurs du tourisme, CDT, office de tourisme etc.

**Axe 3 :**  
**la structuration et la promotion de produits régionaux, significatifs de l'identité culturelle de Midi-Pyrénées**

La Région soutient la structuration et la promotion des lignes de produits régionales ou interrégionales significatives de l'identité culturelle et touristique de Midi-Pyrénées et au-delà, du Sud-Ouest ou des Pyrénées.

**Les 6 lignes de produits régionales** sont les suivantes :

- Routes et circuits/Découverte de Midi-Pyrénées (dont la Route des Grands Sites Midi-Pyrénées)
- Grands itinéraires pédestres (GR), cyclotourisme, équestres,
- La découverte des « Grands Espaces - Midi-Pyrénées »,
- Tourisme scientifique et technique,
- Thermalisme, Thermo-ludisme et Bien Etre,
- Tourisme viti-vinicole.

**Les 3 lignes de produits** régionales mais également **interrégionales** que la Région soutient sont les suivantes :

- Voies d'eau « Rivières et Canaux du Midi »,
- Chemin de Saint Jacques de Compostelle,
- Pyrénées.

**Axe 4 :**  
**la promotion touristique et la commercialisation des produits touristiques de Midi-Pyrénées**

Comme l'ont préconisé le Schéma Régional de Développement Economique et le Schéma Régional d'Aménagement et de Développement Durable du Territoire, la promotion efficace de l'image de Midi-Pyrénées, de ses territoires et de ses produits sur les marchés internationaux, voire sur certains marchés français, impose que l'ensemble des acteurs « producteurs » de Midi-Pyrénées définissent et développent des **stratégies groupées et ciblées** de communication et de promotion adaptées à chaque marché.

C'est une des questions posées dans le cadre de l'**atelier numéro 1 des Assises régionales**.

Les **Grands Sites** sont le fer de lance de la communication de l'image de Midi-Pyrénées.

## Le tourisme en Midi-Pyrénées : un secteur majeur de l'économie régionale

---

**16,3 millions** de touristes accueillis

7% du PIB régional

**53.500 emplois** dont 32.000 emplois salariés touristiques permanents et 9.500 non-salariés, auxquels il faut ajouter les emplois saisonniers estimés à 11.000

**83,2 millions** de nuitées enregistrées

**8<sup>ème</sup> rang** des régions touristiques françaises et au **6<sup>ème</sup> rang** pour l'accueil des clientèles étrangères derrière l'Ile-de-France, PACA, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Aquitaine

**5,1 nuits** : durée moyenne des voyages en Midi-Pyrénées, dont 15 % de clientèles étrangères. Ces clientèles étrangères représentent 30% des nuitées hôtelières (principalement visiteurs Italiens, Britanniques, Espagnols, Belges et Allemands) et 31% des nuitées en hôtellerie de plein air (principalement visiteurs Néerlandais, Britanniques et Belges),

**4,5 milliards d'euros** par an de dépenses des touristes

**85 %** de la clientèle totale est française

**4<sup>ème</sup> région** en capacité hôtelière et **8<sup>ème</sup> région** en hôtellerie de plein air, **5<sup>ème</sup> région** pour les villages de vacances et **3<sup>ème</sup>** pour les meublés classés de tourisme.