

Publié sur *La Lettre M* (<https://www.lalettrem.fr>)

[Accueil](#) > L'Occitanie vise le top 10 des régions touristiques d'Europe en 2021

Région Occitanie | Tourisme - Loisirs | 7/06/2019

L'Occitanie vise le top 10 des régions touristiques d'Europe en 2021



Le comité régional du tourisme, présidée par Virginie Rozière, tient le 7 juin sa première conférence permanente du tourisme au Domaine des grands chais à Mauguio en présence de plus de 200 acteurs du secteur. *« Cette conférence est un temps fort. Elle rassemble la communauté des acteurs du secteur dans l'objectif de porter une réflexion prospective. Il s'agit aussi d'aborder les enjeux et les actions de communication sur la destination à mener en s'appuyant sur les travaux des commissions thématiques »*, explique Virginie Rozière. L'objectif visé est d'installer l'Occitanie dans le top 10 des régions touristiques d'Europe en 2021. La région occupe actuellement la 1^{re} place des régions touristiques de France et est en 11^e place derrière les Canaries (1^{re}), les Baléares (3^e) au niveau des régions européennes. *« L'Occitanie affiche 186 millions de nuitées (25 % de fréquentation étrangère) et génère 15 Mds € de retombées économiques et 100 000 emplois directs et indirects. Un tiers des retombées économiques sont du fait des habitants de la région »*, explique-t-elle.

Émotion et éthique

La sociologue du tourisme et universitaire Saskia Cousin, grand témoin de l'événement, a apporté un témoignage sur les mutations du secteur du tourisme dans les aspects environnementaux, sociaux ou économiques. *« Il est important d'appréhender la question du tourisme dans sa dimension émotionnelle et éthique, souligne la présidente du CRT. L'activité économique liée au tourisme ne doit pas devenir une nuisance et susciter le rejet des habitants de l'Occitanie qui sont eux-mêmes des touristes potentiels. Il faut aussi faire prendre conscience aux habitants de l'Occitanie qu'ils contribuent à l'accueil et à l'hospitalité des touristes, c'est le concept d'Occitalité ! »*.

Les premières pistes de réflexions

Parmi les pistes de réflexions émises par les commissions montagne, enfance-jeunesse, campagne-activités de plein air, oenotourisme-agritourisme, villes-affaires (deux autres commissions, littoral et thermalisme, vont prochainement être lancées NDLR) : la reconquête de cible de clientèle, la création de produits touristiques, travailler sur l'accessibilité notamment des jeunes, communiquer sur l'offre régionale, développer l'agri-tourisme, dynamiser le tourisme d'affaires, favoriser le tourisme de ville, ... D'ailleurs, les acteurs des activités de pleine nature comme l'hôtellerie de plein air rivalisent d'actions pour susciter l'intérêt des sportifs (G7 entre Macon et Castelnaudary mis en place en lien avec les liaisons aéroportuaires

et ferroviaires) ou encore créer des séjours « prêts à partir » sur le littoral en basse saison pour attirer une clientèle de camping. La conférence permanente a été l'occasion de faire un bilan de la campagne de communication #onattendquetoi qui a réuni l'ensemble des acteurs, soit 24 partenaires (ADT, Offices de tourisme et Pont du Gard, CRT, Feder) pour un budget cumulé de 1,44 M€, soit le double de 2018. « *Cette campagne qui se termine fin juin va être prolongée pour accroître la fréquentation touristique de fins de vacances estivales à l'attention des jeunes retraités, jeunes actifs en s'appuyant sur les Grands sites, les sites Unesco, les labels Pavillon Bleu...* », conclut Virginie Rozière.

Véronique Coll / coll@lalettrem.net

Actu des institutions: