

## L'Indépendant – 15 mars 2022 – Frédérique MICHALAK

Voir l'article :

<https://www.lindependant.fr/2022/03/15/tourisme-en-occitanie-priorite-aux-clienteles-europeennes-10171822.php>

### Tourisme en Occitanie : priorité aux clientèles européennes



*La Région veut faire de son littoral (ici dans l'Aude) "une marque internationale"*  
Photo Ph. Leblanc

**Après la bonne surprise d'une année 2021 touristiquement solide, le Comité régional du tourisme et des loisirs (CRTL) prépare les saisons et arrière-saisons 2022 autour de huit destinations fortes. Parmi elles, le littoral et donc les Pyrénées-Orientales et l'Aude.**

Avec la *"nécessité d'agir vite pour aider les professionnels à préparer les saisons qui arrivent"*, comme précisé par **son président, Vincent Garel** ; le Comité régional du tourisme multiplie par huit ses propositions de destinations et séjours touristiques. La Région s'est en effet engagée dans huit Contrats de destination (record de France) d'une durée de 3 ans chacun, essentiellement pour attirer des clientèles françaises et européennes. Les touristes hors Europe ne sont plus une priorité. Ni les Américains, ni les Chinois, **ni bien sûr les Russes** ne sont attendus cette année.

#### **Britanniques, Allemands, Belges, Espagnols, Hollandais**

Le Comité régional du tourisme mise ainsi, en plus du marché domestique (l'Occitanie est la première destination touristique des Français en France), sur les marchés britannique, allemand, belge, espagnol et néerlandais. Une enveloppe d'1,2 million d'euros (480 000 euros pris en charge par Atout France) est engagée dans cette campagne de séduction européenne. Car 6 à 7 touristes européens sur 10 ne sont pas encore revenus en Occitanie. *"Les Allemands,*

*Belges, Hollandais, Britanniques, Espagnols... pour une part d'entre eux sont déjà revenus en 2021 mais il manque encore 35 % à 40 % de cette clientèle étrangère, quantifie Vincent Garel. Le but est de reconquérir cette clientèle, si on y arrive et si en plus on garde la clientèle française (qui a représenté 75 % des nuitées l'an dernier, en hausse de 29 %-NDLR), alors on aura des résultats très intéressants".*

### **Faire du littoral "une marque internationale"**

En tête des huit Contrats de destination : le littoral et ses 220 kilomètres de sable dont le CRTL veut faire *"une marque internationale et une destination exemplaire en matière de tourisme responsable"*. Un effort particulier sera porté au développement des *"ailes de saisons auprès des clientèles européennes en valorisant une expérience mer et arrière-pays"* dans les quatre départements : Pyrénées-Orientales, Aude, Hérault, Gard. Les sept autres Contrats de destination portent sur le canal du Midi (destination slow tourisme), Grandes itinérances-Activités de pleine nature (sport santé en Aveyron, Lozère, Lot), Lourdes (destination culturelle), Toulouse (cité vivante et savante). Et aussi Montpellier, choisie pour illustrer *"l'œnotourisme urbain les pieds dans l'eau"* (mais il existe bien sûr d'autres territoires qui ont aussi des vignobles les pieds dans l'eau..., près de Perpignan et Narbonne par exemple), les Pyrénées que la région veut voir *"devenir le massif français leader sur l'été, le printemps et l'automne"* et enfin la Vallée de la Dordogne, où le Lot opère en coopération avec la région voisine Nouvelle-Aquitaine.

### **Campagnes Paneuropéennes et tourisme durable**

Atout France, l'agence de développement touristique de la France, mènera donc pour 1,2 million d'euros de *"campagnes de publicité Paneuropéennes"* afin de reconquérir les marchés européens. Parallèlement, la Région fournit des efforts pour faire basculer l'économie touristique dans le vert. *"Nous avons un nouveau Schéma régional du tourisme, plus durable et responsable en corrélation avec les enjeux du Pacte vert régional, précise Muriel Abadie, vice-présidente de Région chargée du Tourisme durable. Nous visons un tourisme durable, inclusif et qui respecte l'égalité des territoires"*. L'objectif est ici de faire figurer l'Occitanie parmi les premières destinations de tourisme durable d'Europe.