

## *Le tourisme régional mise sur les "Contrats de Destination"*

Initiés par Atout France en 2015 à la demande du cabinet de Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères, les Contrats de Destination sont des dispositifs permettant d'engager des plans d'actions concertées sur trois ans afin d'accompagner une destination infrarégionale sur le long terme et lui permettre de rester compétitive sur les marchés européens de proximité tout en renforçant ses positions sur les marchés internationaux en forte croissance. Si l'Occitanie est impliquée déjà dans 2 contrats ("Pyrénées" et "Vallée de la Dordogne" avec la région Nouvelle-Aquitaine) et que la Gard participe au contrat "Provence", le CRTL et la Région veulent étendre le dispositif à l'ensemble du territoire régional. Déjà présentés en exclusivité dans le n°649 de La Lettre T (1<sup>er</sup> décembre 2021), ces contrats viennent d'être validés et présentés officiellement.



– **"Littoral"**. Il pour but de faire du littoral une marque Internationale et une destination exemplaire en matière de tourisme responsable au profit de ses territoires (Aude, Gard, Hérault et Pyrénées-Orientales) et de ses habitants et de développer les ailes de saisons auprès des clientèles européennes en valorisant une expérience mer et arrière-pays.

– **"Canal du Midi"**. Il s'agit de développer et valoriser l'économie de toutes les activités touristiques fluviales et fluvestres dans une approche de tourisme durable et responsable préservant l'ouvrage "Bien Unesco" du canal du Midi.

– **"Grandes Itinérances et Activités de Pleine Nature"**. L'objectif de ce contrat thématique est de créer un espace de pratique d'activités de pleine nature d'excellence.

– **"Lourdes"**. En cohérence avec le plan "Avenir Lourdes", qui a pour objectif de soutenir l'activité touristique de la ville et de donner un nouveau souffle à la destination, ce contrat permettra le déploiement d'une stratégie de reconquête et d'enrichissement du positionnement de la destination culturelle.

– **"Toulouse, capitale de l'Occitalité"**. L'objectif consiste à augmenter le nombre des nuitées et le taux d'occupation sur les périodes de vacances scolaires et week-ends tout au long de l'année tout en faisant de Toulouse (et des sites limitrophes) une destination à part entière.

– **"Montpellier, l'œnotourisme urbain"**. En rapprocher le vignoble en proximité immédiate de la ville, ce contrat consistera à proposer de nouveaux moments d'expériences disruptifs de l'offre city break habituelle en mêlant tourisme urbain, tourisme de saveurs, tourisme mer et campagne.

– **"Pyrénées"**. Ce contrat (déjà existant) a pour but de diversifier et renouveler le positionnement hiver et faire des Pyrénées le massif français leader sur l'été, le printemps et l'automne.

– **"Vallée de la Dordogne"**. Déjà existant, il est destiné à la consolidation des clientèles européennes (Pays-Bas, Royaume-Uni, Espagne...), la conquête de clientèles identifiées comme prioritaires, et la promotion d'un tourisme durable et respectueux des territoires.

Le financement bénéficiera d'un apport d'Atout France d'un montant de 480 K€ complétés par la part CRTL et ses partenaires de 902 K€ (hors montants engagés par l'Agence des Pyrénées et la Vallée de la Dordogne).