



**Comité de pilotage**  
**Programme d'actions touristiques Durable du Pays Midi-Quercy 2010**

## **Programme du Comité de pilotage**

---

### **1. Rappel des fondements de la politique de développement du pays Midi-Quercy**

### **2. Bilan 2009 du tourisme en Midi-Quercy**

- **Bilan des fréquentations (dans les Offices de Tourisme du pays Midi-Quercy, dans les sites culturels, piscines et bases de loisirs du Pays, dans l'hôtellerie)**
- **Bilan des actions touristiques mises en place par le Syndicat Mixte du pays Midi-Quercy en 2009 (qualitatif et financier)**

### **3. Programme d'actions 2010/2011**

- **Le programme global 2010/2011**
- **Le budget prévisionnel 2010 global**
- **La demande de subvention**

### **ANNEXES**

- **ANNEXES 1 : Illustrations des actions « phares » développées en 2009**
- **ANNEXES 2 : Illustrations des actions prévues en 2010/2011**

## **Fondements de la politique touristique du pays Midi-Quercy**

La politique touristique menée en Midi-Quercy et le programme opérationnel qui en découle trouvent leurs fondements dans les documents de références du territoire :

- la Charte de développement durable du Pays
- l'étude touristique Mise en marché du Pays Midi-Quercy
- la convention de partenariat relative à l'organisation touristique du Pays Midi-Quercy et le tableau des missions, laquelle établit les axes développement stratégiques et les modalités partenariales de mise en oeuvre

Un objectif global : la qualité

Cet objectif passe par la volonté d'inscrire les actions touristiques du Pays dans le cadre du développement touristique durable et notamment en accord avec les principes et valeurs énoncés dans la Charte européenne du tourisme durable dans les milieux protégés<sup>1</sup> : préservation des espaces naturels et de l'environnement/ notion de tourisme intégré et d'écotourisme/ adéquation entre offre proposée et attentes de la clientèle/ éthique commerciale/ esprit de concertation et de partenariat/ engagements de l'ensemble des acteurs autour d'un projet commun établi sur plusieurs années.

La volonté de mettre en lien les autres politiques menées au niveau du Pays : la Charte des paysages et du patrimoine pour demain (Charte paysagère), le Plan climat territorial, la politique Natura 2000, la politique culturelle, la politique de l'emploi, de la formation et de l'insertion professionnelle ainsi que la politique patrimoniale.

La volonté d'engager une réflexion de développement stratégique qui intègre la coopération et les échanges avec les territoires voisins.

Ceci dans le but de mettre en œuvre une stratégie de développement touristique, économique et social, établie dans un esprit de concertation et de partenariats, garantissant la préservation des ressources naturelles et culturelles, contribuant à une meilleure connaissance et une plus grande accessibilité de ce patrimoine (sur lequel prend appui l'offre et la promotion touristique) et favorisant un développement équilibré du territoire.

## **Rappel des axes stratégiques**

---

<sup>1</sup> La Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés – 25 juin 1998 – Fédération des Parcs naturels régionaux

## **Pleine nature**

- valorisation touristique des sites de pleine nature de la rivière Aveyron (définition d'un schéma directeur d'aménagement des sites le long de la rivière pour une meilleure accessibilité et une sécurisation des pratiques en lien avec les politiques engagées ou à venir : Parc Naturel Régional, Contrat de rivière, Schéma d'aménagement et de gestion des eaux, Natura 2000, Charte Patrimoine et Paysages pour demain,...)
- valorisation touristique des autres sites d'activités de pleine nature (escalade, spéléologie, pêche,... )

## **Découverte, itinérance, randonnée**

- structurer et clarifier l'offre de découverte en intégrant les nouvelles pratiques touristiques
- conforter l'image d'un espace dédié « aux loisirs et activités de pleine nature » grâce à la mise en réseau des sites et par la promotion des pratiques sportives itinérantes :
  - mise en oeuvre d'une liaison verte Montauban-Aveyron
  - mise en oeuvre d'un GR de Pays et de sentiers du patrimoine

## **Patrimoine**

- sauvegarde et mise en valeur (par la médiation, l'interprétation, la pédagogie et l'animation) du patrimoine culturel du pays, au travers d'un principe d'organisation et en complémentarité avec les territoires voisins (Montauban, Cahors, Cordes, Villefranche, Najac,...), pouvant déboucher sur la création d'un Pays d'Art et d'Histoire

## **Offices de Tourisme**

- mise en place d'un schéma d'organisation touristique à l'échelle du Pays :
  - Les EPCI déterminent le mode d'organisation des Offices de Tourisme sur leur territoire, en cohérence avec la stratégie du Syndicat Mixte du Pays Midi Quercy
  - mise en œuvre de la charte d'accueil des Office de Tourisme de Midi Quercy

## **Hébergements**

- mise en place au sein du Pays d'une Commission d'information et de suivi des projets
- Incitation à la création d'hébergements touristiques de qualité pour groupes et individuels, inscrits dans la démarche des politiques départementale, régionale et européenne et en particulier les hébergements de caractère et labellisés Tourisme et Handicap

## **Présentation des moyens de mise en œuvre de la stratégie**

Chaque année, le Syndicat Mixte du pays Midi-Quercy définit un plan d'actions concernant l'ensemble des fonctions de la chaîne touristique. Ce programme est animé par une chargée de mission recrutée à temps plein sur 2009 et les actions de communication/promotion touristique sont développées depuis le 12 octobre dernier par une employée à mi-temps (autre mi-temps sur la communication/promotion culturelle).

La participation de chaque Office de Tourisme aux actions collectives contribue activement à la mise en œuvre de ce programme, notamment sur les actions de communication, information et sur les actions de production, promotion.

## Année 2009 - Bilan

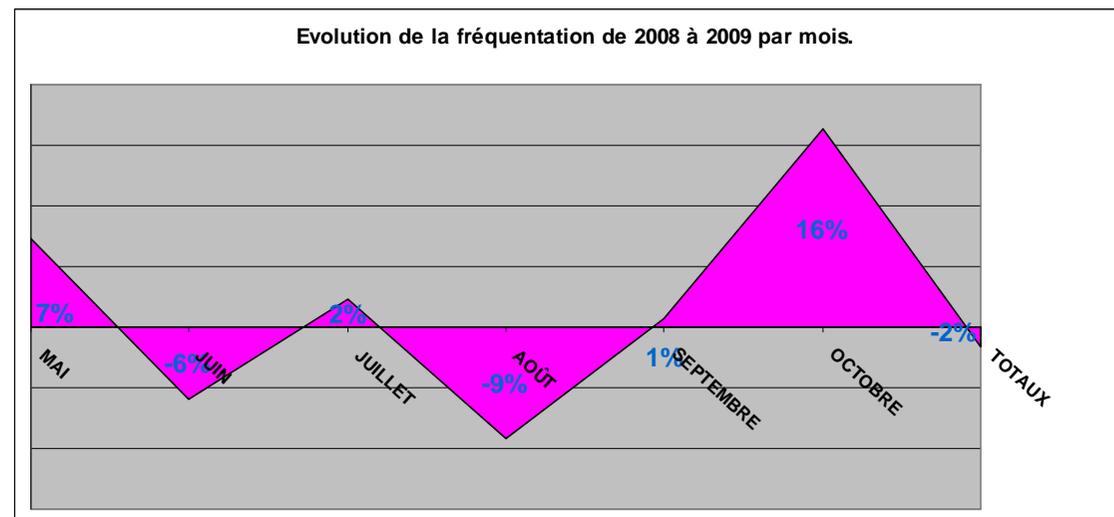
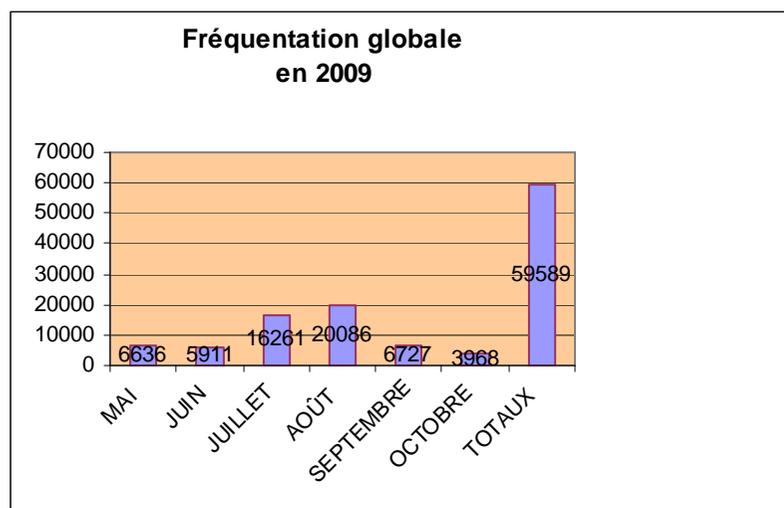
### Bilan de la saison touristique 2009 du Pays Midi-Quercy

#### Détails :

1. Evolution de la fréquentation des Offices de Tourisme du Pays de mai à octobre 2009 – nombre de visiteurs
2. Evolution de la fréquentation depuis 2002
3. Evolution des fréquentations de 2008 à 2009 par Offices de Tourisme
4. Evaluation de la fréquentation des OT par les visiteurs étrangers
5. Evolution de la fréquentation des sites culturels du Pays
6. Evolution de la fréquentation des bases de loisirs (**données issues de « l'économie touristique 2009 en Tarn-et-Garonne »**)
7. La fréquentation touristique dans les hébergements en Midi-Quercy (**hôtellerie seule : données et analyse reprises de « l'économie touristique 2009 en Tarn-et-Garonne »**)
8. Les demandes touristiques – les points forts et les points faibles du territoire (**issus de l'étude de clientèles réalisées par l'ADT en 2009**)

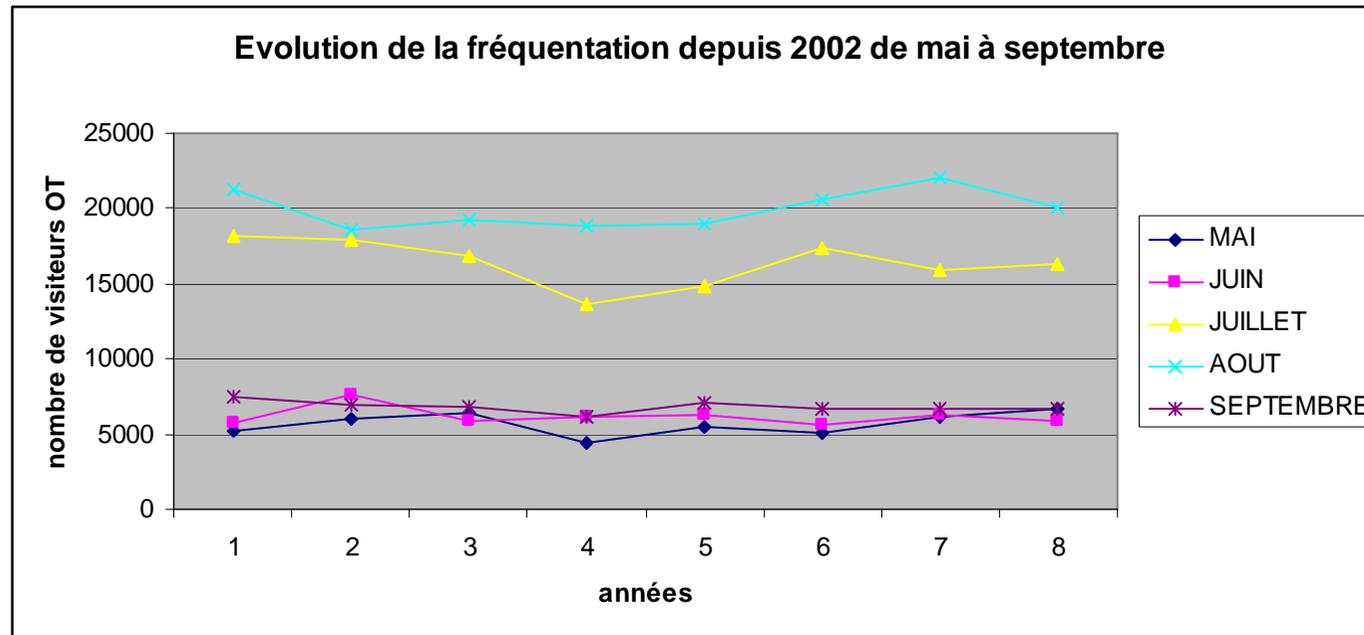
## Fréquentation touristique dans les OT du Pays Midi-Quercy

### 1. Evolution de la fréquentation des Offices de Tourisme du Pays de mai à octobre 2009 – nombre de visiteurs



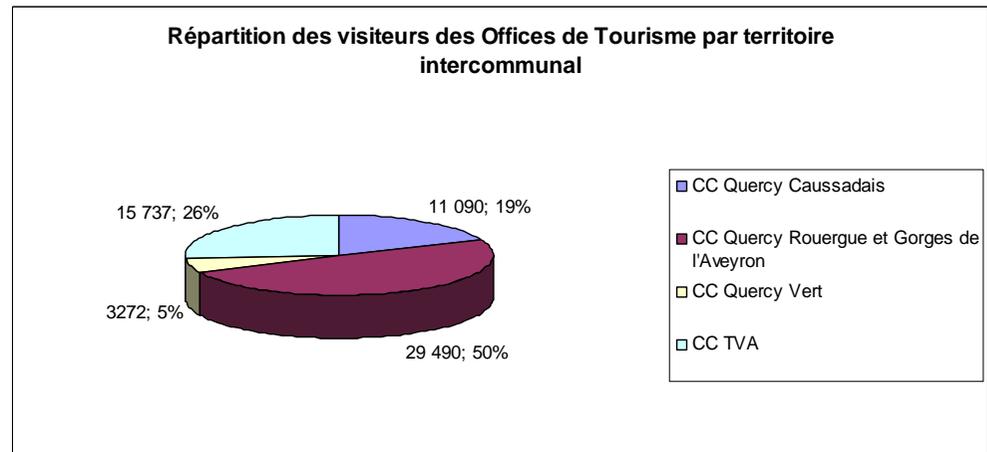
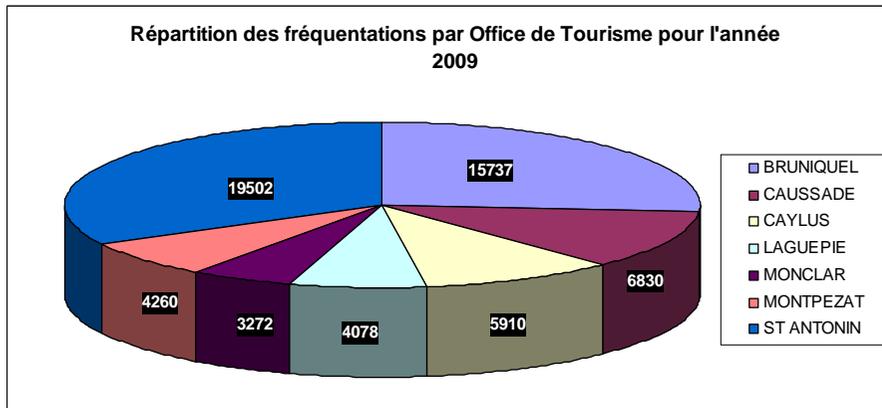
➡ La fréquentation des OT du Pays a baissé de 2% par rapport à celle de 2008 de mai à octobre ( Les fréquentations hors saison notamment sur les mois de mars et avril semblent avoir augmenté sur le Pays ( mais les chiffres 2008 n'ayant pas été traités, nous ne pouvons donner aujourd'hui de pourcentage d'augmentation).  
Contrairement à 2008 qui voit les fréquentations du mois de juillet baisser de 8.30%, en 2009 c'est le mois d'août qui accuse la plus forte baisse (9%).  
Les fréquentations du mois de mai sont en hausse de 7% par rapport à 2008.  
La plus forte progression de 2008 à 2009 concerne le mois d'octobre (+16%).

## 2. Evolution de la fréquentation dans les Offices de Tourisme depuis 2002



➡ Globalement depuis 2002, la moyenne saison connaît des fréquentations stables (avec qq fluctuations annuelles)  
Ce sont les fréquentations estivales des mois de juillet et d'août qui montrent la plus forte baisse (par rapport aux autres mois) depuis 2002, avec un creux sur 2005 et 2006 et une bonne remontée depuis 2007.  
Une vision globale ne peut être apportée pour le mois d'octobre compte tenu du fait que ce mois est pris en compte dans les analyses depuis 2008.

### 3. Evolution des fréquentations de 2008 à 2009 par Offices de Tourisme et par secteur intercommunal.



➡ Sur l'ensemble des OT du Pays Midi-Quercy, les fréquentations de mai à octobre 2009 s'élèvent à **59 589** personnes (hors comptage SI) , réparties de la manière suivante ( analyse par CC) :

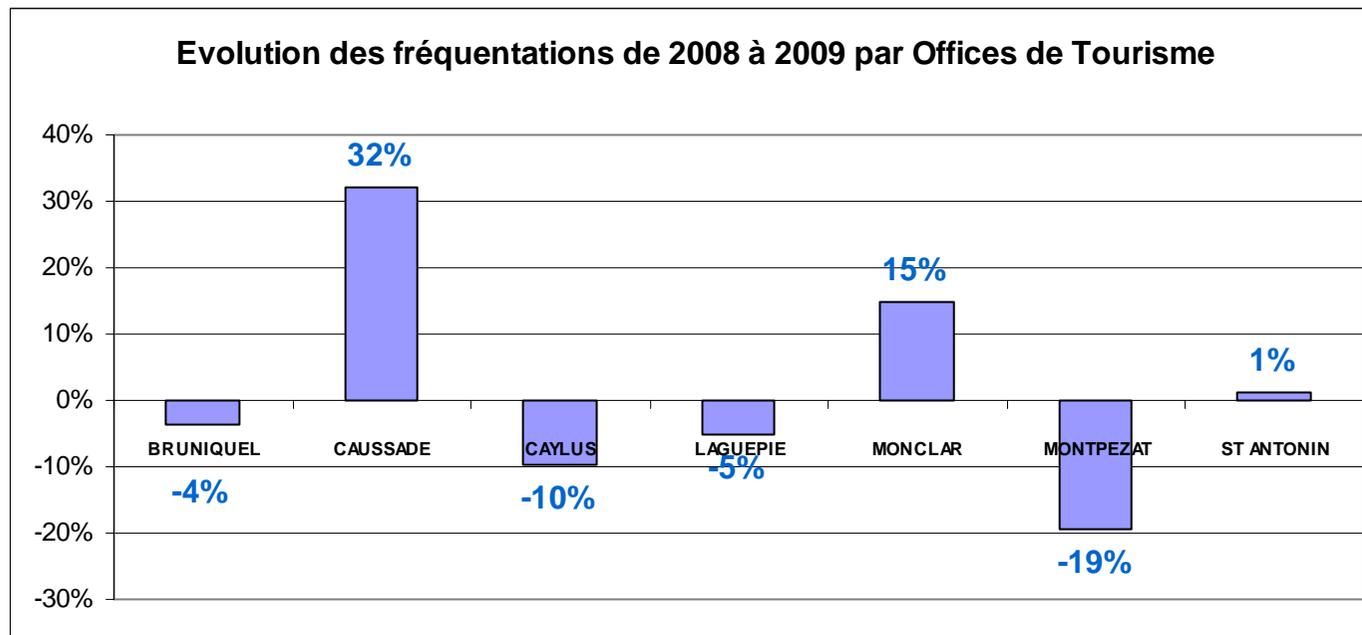
CC Quercy Caussadais ( OT de Caussade et de Montpezat-de-Quercy) = **11 090** (+ **1350 pour le SI Septfonds** en Juillet et Août – SI Réalville NC)

CC Quercy Rouergue et Gorges de l'Aveyron ( OT de Laguépie, Caylus et St Antonin) = **29 490** (+**650 pour le SI Espinas** hors fenaison + **2974 pour le SI de Varen** + **395 pour le SI de Verfeil** )

CC Terrasses et Vallée de l'Aveyron ( OTI de Bruniquel) = **15 737**

CC Quercy Vert (OTI de Monclar) = **3272**

A l'image du nombre de lits touristiques, les Offices du Tourisme du secteur Quercy, Rouergue et Gorges de l'Aveyron restent les plus fréquentés.



☉ Deux Offices de Tourisme connaissent une forte augmentation dans leur fréquentation ; ce sont les **OT de Caussade (+32%)** et **l'OT de Monclar-de-Quercy (+15%)**.

Pour le premier, nous pouvons noter le **déménagement des locaux** et l'installation au rez-de-chaussée de la tour de Maleville en mars 2009, située à l'entrée du boulevard D. Rey bénéficiant ainsi d'une position stratégique mais aussi le développement d'un programme d'animations au sein de l'OT (découverte du safran, visites des chapellerie) ainsi que l'ouverture plus large des locaux (embauche 1 ETP supplémentaire)

Pour le second nous pouvons noter l'ouverture de la résidence de tourisme **Les Hameaux des Lacs** et ainsi **l'augmentation de la capacité d'accueil de la commune** (+105 chalets de 4 à 6 pers.).

L'Office de Tourisme de **Montpezat-de-Quercy accuse une baisse de 19%** dans ses fréquentations par rapport à 2008, année durant laquelle a été organisée un événementiel à titre exceptionnel. Aussi, les clientèles étrangères et notamment britanniques étant nombreuses à Montpezat, nous pouvons dire que cette baisse est directement liée au recul des fréquentations britanniques en 2009 sur le territoire national.

CC Quercy Caussadais	+13%
CC Quercy Rouergue et Gorges de l'Aveyron	-5%
CC Quercy Vert	15%
CC TVA	-4%

➡ **D'un point de vue intercommunal, seuls les secteurs Quercy Vert et Quercy Caussadais voient les fréquentations de leurs Offices de tourisme en hausse** (hors comptage SI). Tous les autres secteurs présentent des baisses dans les fréquentations de leurs Offices de Tourisme.

#### 4. Evolution des fréquentations étrangères de 2008 à 2009 dans les Offices de Tourisme de Bruniquel, Caylus, St Antonin, Monclar-de-Quercy et Montpezat-de-Quercy

Bruniquel	-14%
Caylus	-23%
St Antonin	+6%
Monclar-de-Quercy	+22%
Montpezat-de-Quercy	-11%

- ➡ Seuls **les OT de Monclar-de-Quercy et de St Antonin-Noble-Val connaissent une augmentation de leur fréquentation étrangère**. La baisse la plus importante des fréquentations étrangères est rencontrée au niveau de l'OTP de Caylus.
- ➡ A l'échelle nationale, le recul des clientèles européennes en 2009 a été de 7%, avec une baisse de 17.7% chez les britanniques (données INSEE). Cette tendance pouvant expliquer les baisses de fréquentations de la clientèle étrangères dans certains OT du Pays (Bruniquel, Caylus et Montpezat de Quercy.)

## 5. Fréquentation des sites culturels (Chiffres communiqués par l'Observatoire départemental de l'ADT 82)

Le site des châteaux de Bruniquel est le 3<sup>ème</sup> site du département en terme d'entrées de visiteurs, après l'abbaye de Moissac et le musée Ingres.

Intitulé	Commune	2008	2009	Evolution (en %)
<b>Musée du Vieux St Antonin</b>	St-Antonin Noble Val	902	674	<b>-25</b>
<b>Château</b>	Bruniquel	27 918	29 832	<b>7</b>
<b>Château</b>	Cas	2 112	1 374	<b>-35</b>
<b>Château</b>	Bioule	552	178	<b>-68</b>
<b>Abbaye de Beaulieu</b>	Ginals	6 614	6 370	<b>-4</b>
<b>Le Petit Paris</b>	Vaïssac	15 925	13 256	<b>-17</b>
<b>Maison Payrol</b>	Bruniquel	3 245	2 745	<b>-15</b>
<b>Grotte du Bosc</b>	St-Antonin Noble Val	4 550	4 889	<b>7</b>
<b>Totaux</b>		<b>61 818</b>	<b>59 318</b>	

➡ A l'exception des **Châteaux de Bruniquel et de la Grotte du Bosc** qui affichent tous deux **une augmentation de 7%** dans leurs fréquentations, **l'ensemble des autres sites en Midi-Quercy accuse des baisses de fréquentation importantes** allant de -4% ( pour l'Abbaye de Beaulieu) à -68% (pour le château de Bioule).

## 6. Fréquentation des bases de loisirs (Chiffres communiqués par l'Observatoire départemental de l'ADT 82)

Seules les bases de loisirs de Monclar-de-Quercy et de Molières restent en Midi-Quercy ouvertes à la baignade.

A Molières, de 2008 à 2009 la fréquentation est passée de 12 950 à 19 900 (soit une augmentation de 53%).

A Monclar-de-Quercy, de 2008 à 2009, la fréquentation est passée de 18 925 à 30 114 (soit une augmentation de 59%)

La moyenne du taux d'augmentation des fréquentations à l'échelle départementale est de 47.8% ; les augmentations de fréquentation des bases de loisirs du Midi-Quercy se situant largement au dessus.

Cela s'explique par des conditions climatiques favorables mais aussi et au niveau de la base de Monclar par l'installation de la résidence de tourisme les Hameaux des lacs qui permet à la commune d'augmenter sa capacité d'accueil de 105 chalets de 4 à 6 places, par les aménagements réalisés sur la base notamment la construction d'une piscine semi-couverte.

## 7. La fréquentation touristique dans les hébergements (données et analyse reprises de l'économie touristique 2009 en Tarn-et-Garonne)

### La fréquentation des hôtels de tourisme dans le pays de Midi-Quercy

Source : INSEE et INSEE-DGCIS 09 - Atout France - CRT/CDT et ADT 82

« Le nombre de nuitées dans les hôtels du pays de Midi-Quercy est en légère baisse (- 4,3 %) et a représenté 9,5 % des nuitées de l'hôtellerie départementale en 2009. Le taux d'occupation est aussi en baisse de 2%.

La clientèle d'affaires dans le Pays de Midi-Quercy est passée de 57 % en 2008 à 63 % en 2009, soit une hausse de 6 %.

Le taux de réponse des propriétaires, étant suffisant cette année, nous pouvons donner des informations sur la durée moyenne des séjours et l'origine de la clientèle. »

- Evolution du nombre total des nuitées annuelles de 2006 / 2009

Années	2006	2007	2008	2009
Nuitées	38 800	37 900	30 000	28 700
<b>Evolution</b>	<b>- 4,5 %</b>	<b>- 2 %</b>	<b>- 20 %</b>	<b>- 4,3 %</b>

- Taux d'occupation annuel (%) 2006 / 2009

Années	2006	2007	2008	2009
<b>Taux d'occupation</b>	<b>47</b>	<b>45,3</b>	<b>40,1</b>	<b>42,1</b>

- Durée moyenne de séjour (en nuits)

Années	2009
Français	1,5
Etrangers	1,7
<b>Ensemble</b>	<b>1,5</b>

- Origine de la clientèle (en nuitées)

Années	2009
Clientèle française	26 900
Clientèle étrangère	1 800
Ensemble	28 700
<b>Pourcentage d'étrangers</b>	6,3 %

**Les demandes touristiques majeures– les points forts et les points faibles du territoire ( issus de l'étude de clientèles réalisées par l'ADT en 2009 )**

Résultats Midi-Quercy bientôt disponibles

## Bilan des actions mises en place en 2009

### Information/ accueil

- Détenir une information touristique fiable et complète
- Permettre à l'ensemble des visiteurs et clientèles d'accéder à une information touristique fiable et complète
- Qualifier l'accueil dans les Offices de tourisme du Pays Midi-Quercy

	REALISE	NON REALISE	PERSPECTIVES 2010/2011
<b>Actualiser les données touristiques</b>	Recueil des données par mutualisation des fichiers de chaque partenaire de l'information touristique (partenaires départementaux (ADT, Gîtes de France, Bienvenue à la ferme, Clévacances, Offices de Tourisme)	Recueil des données dans le cadre du schéma départemental d'information touristique (avec le système constellation) – un seul interlocuteur pur toutes les informations touristiques	Actualisation des données dans le cadre du schéma sur la base d'une organisation identifiée et recueil des données automatique
<b>Edition du guide pratique Midi-Quercy</b>	Edition de 10 000 exemplaires de guides pratiques	Version anglaise non éditée (dernière version anglais : 2008)	Réédition anglaise du Guide Pratique en 2010 Réédition du document d'appel dans une forme rénovée (voir version espagnole) Réédition du topoguide de randonnée pédestre GRP « Le Pays Midi-Quercy à pied »
<b>Edition d'un guide des manifestations Midi-Quercy</b>	Edition en interne d'un guide des manifestations de juin à septembre et diffusion en faible ex. dans les OT et en téléchargement via le site Internet du Pays		Mise en place d'un support trimestriel avec 4 publications sur l'année – Externalisation de l'impression pour rationaliser les coûts et augmenter la diffusion.
<b>Diffusion des documents d'accueil Midi-Quercy</b>	Diffusion dans les OTSI Diffusion via la bourse d'échanges du département 82 Diffusion dans le réseau des acteurs touristiques ayant suivi les cycles de formation tourisme durable.		
<b>Animation de réunions avec les Offices de tourisme de Caussade et de Caylus visant l'amélioration des aménagements, la modernisation ou la réhabilitation des locaux.</b>	Sur la base des recommandations régionales relatives aux projet de modernisation / réhabilitation et d'aménagements des OT, un diagnostic par OT a été établi par le CAUE et ses partenaires (ADT, FROTSI, CRT) duquel découlent des pistes d'aménagement possibles et des recommandations.		Faire correspondre chaque projet des Offices de Tourisme avec une stratégie globale de développement touristique territoriale / organiser des espaces vitrine du territoire complémentaires / développer des missions de conseil complémentaire

## Communication interne / animation des acteurs pro du territoire

- Disposer d'outils de communication interne performants et lisibles
- Tenir informer les acteurs touristiques des politiques touristiques et des actions en faveur du tourisme durable –
- Impliquer les acteurs touristiques dans les actions de développement menées à l'échelle du pays notamment sur la question de la préservation des milieux naturels / du développement durable

	REALISE	NON REALISE	Perspectives 2010/2011
<b>Valoriser la communication interne multimédia</b>	1 newsletter « Le mot de liaison » 2tourisme/culture parue en Novembre/décembre 2009 – liste de diffusion composée d'environ 1600 contacts	Mise en place du site Internet de type intranet ( + qq pages vitrines) pour la valorisation de la destination Gorges de l'Aveyron et vallée du Viaur dans le cadre du pôle d'Excellence rurale	Développement de la liste de diffusion de la newsletter  Ouverture d'un profil Facebook pour le développement du réseau social  Site intranet : AO lancé > entreprise Laetis sélectionnée – mise en œuvre en 2010
<b>Mise en place d'ateliers thématiques sur le tourisme durable</b> <sup>3</sup>	En partenariat avec le CPIE MQ, 3 journées d'information/ sensibilisation proposés aux acteurs touristiques du Pays sur les thèmes suivant : Prendre en compte les handicaps dans son activité touristique La gestion de l'eau, de l'énergie et des déchets dans son activité touristique Une communication éco-responsable de son activité touristique		Création d'un club des prestataires Midi-Quercy impliqués dans le sens du TD (mise en place d'actions communes, suivi des ateliers thématiques et des cycles de formation « de la connaissance de l'environnement à l'écotourisme », proposition d'une mallette écotourisme à leur public...)
<b>Concilier activité touristique et préservation de l'espace naturel sur la zone natura 2000 « Les Gorges de l'Aveyron, causses proches et vallée de la Vère »</b>	Création d'une exposition <sup>4</sup> sur la connaissance des habitats et espèces situées sur les zones Natura 2000 en Midi-Quercy Mise à disposition de l'exposition auprès des offices de tourisme et autres structures recevant du public Mise en place d'une charte de bonnes pratiques entre les acteurs touristiques de la zone (année de concertation)		Mise en place de la charte de bonnes pratiques et signature de la charte par les acteurs de la zone.

<sup>2</sup> Annexe : Newsletter Novembre/décembre 2009

<sup>3</sup> Annexe: Programme 2009 des ateliers thématiques tourisme durable et bilan

<sup>4</sup> Annexe : Visuel des panneaux d'exposition (dressés sur totem aluminium)

## Production

- Qualification de l'offre existante aux enjeux du Tourisme durable
- Développement de services et prestations touristiques en accord avec les enjeux du tourisme durable

	REALISE	NON REALISE	Perspectives 2010/2011
<b>Le suivi/ l'accompagnement des projets touristiques dans le sens des enjeux du TD</b>	Accompagnement des projets donnant lieu à une demande de financement via une commission de suivi impliquant divers partenaires ( ADT, CAUE, CCI, CRT...) Ex de projets accompagnés : Projet de restaurant à St Antonin Village vacances à Caylus Base de loisirs de Monclar Offices de tourisme		Accompagnement de prestataires souhaitant progresser dans le sens du TD : diagnostic et aide à la mise en œuvre d'actions concrètes dans le sens du TD de prestataires impliqués dans la démarche ( cf. actions de Cévennes écotourisme) via des appels à participation lancés par le Pays ( type de prestations complémentaires à celles concernées par les politiques de dév. régionales et départementales + projet ne donnant pas automatiquement lieu à des demandes de subvention)
	Accompagnement / coordination de projets donnant naissance à des prestations et services novateurs et durables : - Création d'un Produit « ma souris en balade » développé par l'espace numérique public labellisé Cyberbase à Caylus (Adefapt) - Projet « le massif central au bout des doigts » pour une offre de visites du patrimoine accessible aux personnes malvoyantes <sup>5</sup>		Poursuivre le développement d'une offre de loisirs et de découverte du patrimoine naturel et culturel adaptée aux publics à mobilité réduite notamment à travers le projet « le massif central au bout des doigts ».  Favoriser le développement de prestations et services adaptés aux familles et enfants (individuels)  Appuyer le développement de prestations écotouristiques

<sup>5</sup> Annexe : Descriptif du projet « Le Massif central au bout des doigts »

- **Organisation de la Mise en marché de l'offre touristique**

<p><b>Favoriser la valorisation d'une offre « produit » sur des thématiques identifiées</b></p>	<p>Coordination des producteurs touristiques en vue d'une proposition d'une offre produit : Création de 5 produits par les OT et le SMPMQ – 4 commercialisés par le SLA 82<sup>6</sup></p>		<p>Poursuite de cette animation via le réseau des OT en s'appuyant sur des prestations écotouristiques et proposition des produits au SLA 82</p>
---	--	--	--

**Communication externe**

- **Diffuser des images fortes et emblématiques du Pays Midi-Quercy**
- **S'appuyer sur des ambassadeurs du Pays pour communiquer sur le territoire (résidents, prestataires, Bistrots de Pays)**

	REALISE	NON REALISE	Perspectives 2010/2011
<p><b>Rendre les résidents du Pays ambassadeurs du territoire</b></p>	<p>Mise en place de l'opération Ambassadeurs du Pays Midi-Quercy<sup>7</sup> (nombre d'ambassadeurs au : - nombre d'ambassadeurs ayant suivi la formation « de la connaissance de l'environnement à l'écotourisme »</p>		<p>Leur diffuser le programme des manifestations Midi-Quercy ; leur proposer des fiches excursions journée en Midi-Quercy ; fournir un détail des sites partenaires de l'opération, pérenniser la formation « de la connaissance de l'environnement à l'écotourisme » pour les nouveaux inscrits)</p>
<p><b>Renforcer la lisibilité du réseau des Bistrots de Pays Midi-Quercy auprès des clientèles présentes sur le territoire</b></p>		<p>Actualisation du set de table Bistrot de pays  Participation à un événement régional « Les cafés savoirs » organisés par l'université Toulouse le Mirail – appel à projets à lancer auprès des Bistrots</p>	<p>Point sur les agréments à faire en 2010 : Recrutement de nouveaux bistrots et départ des bistrots désengagés Définition de programme d'actions pour 2011.</p>
<p><b>Agréments la banque photos du pays en cohérence avec les attentes des clientèles existantes.</b></p>	<p>Compilation d'une centaine de photos et classement selon des thèmes – difficulté dans la gestion des droits et l'utilisation</p>		<p>Mise en place d'une campagne photographique par un prestataire extérieur sur le thème des Gorges de l'Aveyron et des activités de pleine nature et de l'écotourisme avec cession des droits au SMPMQ pour les différents supports de communication développés.</p>

<sup>6</sup> Annexe : Produits réalisées par le pays Midi-Quercy et le réseau des OT / fiches éditées par l'ADT 82

<sup>7</sup> Annexe : présentation de l'opération, et visuels de la carte, affiche et outils de communication

## Promotion <sup>8</sup>

- Promouvoir les atouts majeurs du Pays auprès des clientèles de proximité
- Promouvoir une offre diversifiée basée sur ses atouts patrimoniaux, sur ses potentialités en terme de pratiques sportives de pleine nature

	REALISE	NON REALISE	Perspectives 2010/2011
<b>Participation du Pays aux Salons du Tourisme régionaux (partenariat ADT 82)</b>	Participation Salon du tourisme à Toulouse / thème 2009 : « la randonnée et escapades nature »		Développer une promotion axée sur le thème de l'écotourisme (rédaction dossier de presse spécifique, accueil presse spécifique sur ce thème...) > développement de partenariat avec l'ADT sur ce point.
	Participation Salon du tourisme à Bordeaux / thème 2009 : la randonnée et escapades nature Participation action promotionnelle sur un événementiel sportif en Midi Quercy		
<b>Action ponctuelle à la journée</b>	Action promotionnelle restaurant universitaire CROUS de la faculté des sciences sociales de Toulouse		
	Action promotionnelle restaurant CNES Toulouse / activités de pleine nature		
	Action promotionnelle autour des sports de pleine nature et de la randonnée à Decathlon Portet/Garonne		
	Action promotionnelle sur une manifestation locale sportive		
	Renfort des partenariats avec la Maison Midi-Pyrénées autour de thématiques Midi-Quercy fortes : organisation d'une animation en partenariat avec l'association La Pailhole de Septfonds > Estivale du chapeau		
<b>Animations promotionnelles sur une semaine</b>	Participation avec l'ADT à une action promotionnelle à Toulouse dans une galerie marchande sur 6 journées		
<b>Actions en direction de la presse ou d'autocaristes</b>	Développer les actions communes à destination des médias / autocaristes / CE (...) en lien avec le CDT et le CRT		

<sup>8</sup> Annexe : bilan des actions promotionnelles 2009

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transmission d'un dossier de presse à l'ADT</li> <li>- Organisation d'un accueil presse sur le Pays Midi-Quercy en partenariat avec l'ADT et le CRT (RTBF – émission Grandeur nature) ;</li> <li>- Relais d'information presse pour l'ADT (itinérance canoë-kayak dans les Gorges notamment)</li> <li>- Accueil Eductour autocaristes (18 octobre) : organisation de l'accueil à Bruniquel (1/2 Journée)</li> <li>- Promotion des produits locaux (eductour en Belgique)</li> </ul>		
<b>Opération promotionnelle sur des prestations Midi-Quercy (sports de pleine nature – accueil à la ferme – visites de sites – manifestations)</b>	Mise en place de la carte avantages		Ré-édition ( graphisme plus attractif et travail sur la technique de vente en réunion du réseau )

## Formation

- Encourager la formation du personnel des Offices de tourisme et Syndicat d'initiative
- Favoriser la sensibilisation des acteurs professionnels du territoire aux enjeux du tourisme durable

	REALISE	NON REALISE	Perspectives 2010/2011
<b>Sensibilisation/ formation des personnels saisonniers des Offices de tourisme, Syndicats d'initiative et points information tourisme</b>	En partenariat avec l'ADT, rédaction, diffusion du guide d'accueil des personnels saisonniers recrutés par le CG 82 avant leur entrée en poste.		
	Départ en formation de 7 personnes sur l'ensemble du réseau Midi-Quercy sur le dernier trimestre 2009 : Formation Espagnol Formation anglais Formation T et H Formation produits touristiques Formation techniques de vente		
<b>Mise en place d'ateliers thématiques sur le tourisme durable</b> <sup>9</sup>	En partenariat avec le CPIE MQ, 3 journées d'information/ sensibilisation proposés aux acteurs touristiques du Pays sur les thèmes suivant : Prendre en compte les handicaps dans son activité touristique La gestion de l'eau, de l'énergie et des déchets dans son activité touristique Une communication éco-responsable de son activité touristique		Définition d'un programme sur 2010 sur les thèmes suivants (Gastronomie et savoir-faire culinaires locaux – Aménagement des espaces extérieurs – Biodiversité) Création d'un club des prestataires Midi-Quercy impliqués dans le sens du TD (mise en place d'actions communes, suivi des ateliers thématiques et des cycles de formation « de la connaissance de l'environnement à l'écotourisme », proposition d'une mallette écotourisme à leur public...)
<b>Ré-édition de la formation « de la connaissance du patrimoine naturel et culturel à l'écotourisme »</b>	En partenariat avec le CPIE MQ, 8 journées de sensibilisation proposées aux acteurs touristiques du Pays et aux ambassadeurs. <sup>10</sup>		Ré-édition 2011/2012

## Observation

<sup>9</sup> Annexe: Programme 2009 des ateliers thématiques tourisme durable et bilan

<sup>10</sup> Annexe : Programme 2009/2010 de la formation « de la connaissance de l'environnement à l'écotourisme » - fiches ressources

	REALISE	NON REALISE	Perspectives 2010/2011
<b>Mieux connaître l'évolution qualitative et quantitative du parc Hébergement</b>		Suivi annuel de la qualification de l'offre et des volumes de l'offre d'hébergement notamment grâce à la base de données départementale	Mettre en place le partenariat avec l'ADT
<b>Suivi annuel de la satisfaction des clientèles</b>	Partenariat avec l'ADT > remontée de questions relatives à la satisfaction en Midi-Quercy dans le cadre de leur enquête clientèles		
<b>Suivi des fréquentations dans les OTSI</b>	Traitement des chiffres de fréquentation dans les OT du Pays du mois de mai au mois d'octobre 2009		
<b>Développer un suivi des fréquentations auprès des professionnels de la pleine nature</b>	Lettre de demande de partenariat avec l'observatoire départemental du tourisme		

Actions		Coût en € (TTC) Prévisionnel	Réalisé
Information	<b>Disposer d'un support d'information actualisé et exhaustif :</b>		
	Actualisation du guide pratique français	1 200,00 €	1 495,00 €
	Impression/ fabrication ( <u>Guide pratique version française</u> (9 000 ex.))	8 500,00 €	9 381,42 €
<b>Sous-total 1 Accueil/ information</b>		<b>9 700,00 €</b>	<b>10 876,42 €</b>
Promotion / Communication	<b>Renforcer la lisibilité de l'offre du pays auprès de marché de proximité et sur le territoire</b>		
	<b>1/ en partenariat avec le CDT 82</b>		
	Salon du tourisme de Toulouse 2009		3 025,88 €
	- Location stand	2 280,00 €	
	- Location du mobilier	434,00 €	
	- Produits de dégustation	40,00 €	38,27 €
			13,80 €
	- Tee-shirt MQ	770,00 €	771,42 €
	Salon du tourisme de Bordeaux		2 045,16 €
	- Location stand	2 000,00 €	
			267,40 €
	- Produits de dégustation	40,00 €	18,60 €
			26,46 €
	<b>2/ En partenariat avec des manifestations locales d'envergure territoriale et des prestataires pleine nature et en lien avec les thématiques fortes du Pays</b>		
- réalisations de totems promotionnels sur les thématiques des sports de pleine nature/ découverte du patrimoine naturel et culturel / Préservation Natura 2000	7 500,00 €	2 152,80 €	
		2 045,25 €	
- Participation aux frais de communication liés à la Journée du patrimoine de pays et des moulins : édition d'une brochure interdépartementale	1 200,00 €	1 200,00 €	
<b>3/ Partenariat Résidents du Pays Midi-Quercy</b> : mise en place de l'opération Ambassadeurs du Pays Midi-Quercy	1 000,00 €	1 196,00 €	
		231,89 €	
		931,68 €	
<b>4/ Partenariat presse locale</b> : Encart la Dépêche Vacances T&G (demi-page)	1 500,00 €	Non réalisé	
<b>Promouvoir les thématiques fortes du Pays Midi-Quercy</b> <b>Thématique Sports et activités de pleine nature sur les Gorges de l'Aveyron</b> : mise en place d'un site Internet interne Aveyron/ Viaur, rivières sauvages en partenariat avec le pays Rouergue Occidental et le Pays Albigeois et bastides / en lien avec les systèmes de gestion de l'information existants au niveau départemental	10 000,00 €	reporté sur le programme d'actions 2010	
<b>Formation</b>	<b>Sous-total 2 Promotion/ communication</b>	<b>26 764,00 €</b>	<b>13 964,61 €</b>

	<b>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 le CDT et le SLA 82</b>		
	Eductours des OT annualisés	600,00 €	168,00 €
			120,00 €
			171,50 €
	Formation des OT	5 000,00 €	135,00 €
			2 050,00 €
	<b>Sous-total 3 formation</b>	<b>5 600,00 €</b>	<b>2 644,50 €</b>
<b>Fonctionnement</b>	Mise en œuvre ponctuelle des missions Pays OT et par la chargée de communication de la CC TVA	2 573,00 €	1 288,00 €
	<b>Sous-total 4</b>	<b>2 573,00 €</b>	<b>1 288,00 €</b>
<b>Coût Total programme d'actions touristiques 2009</b>		<b>44 637,00 €</b>	<b>28 773,53 €</b>

<i>Taux de réalisation</i>	64,46%
<i>Montant reporté sur 2010</i>	10 000
<i>Taux reporté sur 2010</i>	22.4%
<i>Montant non consommé</i>	5863.47
<i>Taux non consommé</i>	13.1%

**Le programme détaillé 2010/2011**

Mesure 1. Renforcer la structuration du réseau des Offices de Tourisme du Pays Midi-Quercy autour de sa stratégie de développement d'un Tourisme durable		
<b>Objectifs stratégiques :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Couvrir l'ensemble du pays par l'exercice de la compétence tourisme.</li> <li>• Professionnaliser et pérenniser l'action touristique en Midi-Quercy</li> <li>• Favoriser les économies d'échelle sur les moyens matériels et humains</li> </ul>		
Actions	Domaine :	Partenariats
Action 1.1	Encourager une structuration institutionnelle intercommunale de la compétence tourisme (hors promotion-développement déjà transmise au SMPMQ) en lien avec la stratégie de tourisme durable du Pays Midi-Quercy / mise en place d'une étude externe 1.Comité de pilotage à mettre en place (juin 2010) 2.Cahier des charges à finaliser 3.Consultation des cabinets à lancer (septembre 2010)	OTSI / CC / Communes / ADT
Action 1.2 .	Actualiser la convention de partenariat relative à l'organisation touristique du Pays Midi-Quercy et conventionner avec les partenaires pour la mise en place de la stratégie de tourisme durable	
Action 1.3	Informier le territoire de l'organisation existante en matière d'action touristique (le qui fait quoi ?) et de sa stratégie 1.A travers la newsletter 2.A travers le site internet du Pays 3.A travers des réunions d'information (ex : info OT Laguépie)	
Moyens humains	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Animation Pays</li> <li>- Intervention extérieure pour étude sur les conditions de structuration institutionnelle intercommunale du tourisme</li> </ul>	
Moyens financiers	<u>BP 2010</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimation coût étude : 18 000 € TTC (reporté du programme 2009)</li> </ul>	
<b>Total 2010 (TTC)</b>	<b>18 000 €</b>	

Mesure 2. Qualification de l'accueil touristique et du conseil aux clientèles, de la gestion de l'information		
Objectifs stratégiques :		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Renforcer la satisfaction des clientèles sur le territoire en matière d'accueil, d'information</li> <li>Optimiser les retombées économiques en suggérant l'offre et en s'appuyant sur l'effet « réseau »</li> </ul>		
Actions	Domaine : Accueil / information / conseil en séjour	Partenariats
Action 2.1 .	Améliorer et faciliter le système d'actualisation des données touristiques en s'appuyant sur les données issues du schéma départemental d'informations touristiques	ADT 82
Action 2.2.	Disposer de documents d'accueil actualisés et adaptés à la clientèle reçue : 1.Poursuivre l'édition et la diffusion du document d'accueil « Guide pratique Midi-Quercy » français et anglais 2.Préparation de la Ré-édition du document d'appel Midi-Quercy (français / anglais / <b>espagnol</b> ) ( coût édition reporté sur 2011) 3.Edition du guide des manifestations Pays Midi-Quercy ( 1 édition trimestrielle)	
Action 2.3	Favoriser auprès des personnels des Offices de Tourisme la connaissance et l'appropriation de l'offre touristique de l'ensemble du Pays Midi-Quercy (nouveauautés – thématiques prioritaires – écotourisme) – en faire de véritables ambassadeurs 1.Eductour des OT 2.Participation à la formation « de la connaissance de l'environnement à l'écotourisme » 3.Participation aux ateliers thématiques tourisme durable 4. Encourager la signature et l'appropriation de la charte de bonnes pratiques entre acteurs du tourisme (secteur des Gorges de l'Aveyron) par les OTSI.	
Action 2.4	Favoriser la formation des personnels des Offices de Tourisme notamment au métier de « conseiller en séjour » Action sur 2010 : programmation de la formation (coût reporté sur 2011)	ADT 82 – FROTSI
Action 2.5	Valoriser l'opération ambassadeur : proposition aux résidents d'accueillir, de faire découvrir aux visiteurs le territoire (adhésion des ambassadeurs Midi-Quercy au réseau Greeters France)	Ambassadeurs MQ – groupe Greeters France
Moyens humains	Animation Pays (1ETP sur la coordination + ½ ETP sur la communication) Intervenants formation FROTSI Imprimeur Traducteur	
Moyens financiers	<u>BP 2010 :</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Coût Documents d'accueil (actualisation, traduction et impression) Guide pratique français et anglais : 13 694.44 € Guide des manifestations : 4625.88 €</li> <li>Coût eductour des OT : 600 €</li> </ul> <u>BP 2011 :</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Coût formation</li> </ul>	
<b>Total 2010 (TTC)</b>	<b>18 920.32 €</b>	

Mesure 3. Favoriser la mise en réseau des acteurs touristiques du Pays Midi-Quercy autour d'un projet de développement d'un tourisme durable sur la destination « Gorges de l'Aveyron »

Objectifs stratégiques :

- **Informer** les acteurs touristiques des politiques touristiques et des actions en faveur du tourisme durable **par le développement d'outils de communication interne performants et lisibles**
- **Sensibiliser** aux enjeux du tourisme durable
- **Impliquer** les acteurs touristiques dans la démarche de progrès liée au TD
- notamment sur la question de la préservation des milieux naturels / du développement durable
- **Valoriser et diffuser** les actions développées par les acteurs dans le sens du TD

Actions	Domaine : Animation/sensibilisation/ Communication interne/ qualification/	Partenariats
Action 3.1 .	<p><b><u>Informer à travers des outils de communication interne:</u></b></p> <p>1. Mettre en place la news letter trimestrielle Tourisme/ culture « le mot de liaison » + profil facebook</p> <p>2. <b>PER « Aveyron/ Viaur, rivières sauvages » :</b> Mise en œuvre du site Intranet (<b>réunion de lancement juin 2010</b>)</p>	ADT 82, Pays Rouergue Occidental, OTSI
Action 3.2	<p><b><u>Sensibiliser :</u></b></p> <p>1. <b>Participer à la nouvelle session initiation « de la connaissance du patrimoine naturel et culturel à l'écotourisme »</b> organisée par le CPIE</p> <p>2. <b>Mise en place d'une nouvelle session 2010 d'ateliers thématiques tourisme durable sur les thèmes :</b> « Valoriser les produits et savoir-faire culinaires locaux » « Améliorer les espaces extérieurs de sa structure touristique » « Informer et sensibiliser les clientèles sur la biodiversité en Midi-Quercy »</p> <p>3. <b>Préparation des ateliers tourisme durable pour 2011</b> (idée de thèmes : « thématiser mon hébergement à l'accueil de randonneurs, cyclo, équestre... », « la relation client au sein de mon activité touristique »...</p>	CAUE, Bienvenue à la ferme, CCI , ADT 82, CPIE



Action 3.3	<p><b>Impliquer :</b></p> <p>1. <b>Mise en place d'un projet de qualification</b> des prestations touristiques aux enjeux du TD (diagnostics individuels – en complémentarité avec les accompagnements dans le cadre du dispositif régional-, définition de recommandations, suivi)</p> <p>2. <b>Lancement d'appels à projets sur le thème de l'itinérance</b> (randonnée, cyclotourisme, canoë, équestre) pour voir se développer une offre thématifiée</p> <p>3. <b>Mise en place d'ateliers de la production</b> avec ces acteurs autour des thèmes de l'itinérance, de la découverte des patrimoines et de l'écotourisme</p> <p>Cadre d'actions : <b>projet de coopération inter territoriale leader IV ou programme d'actions 2011 PMQ</b></p> <p>4. Définition d'une charte de bonnes pratiques avec les acteurs du tourisme sur la zone Natura 200 « Gorges de l'Aveyron, Causses proches et vallée de la Lère » pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- concilier les activités touristiques du site avec la préservation de ses atouts naturels,</li> <li>- sensibiliser les visiteurs à la valeur patrimoniale du site et à sa richesse écologique,</li> <li>- éviter les dégradations des habitats naturels d'intérêt communautaire et des habitats d'espèces d'intérêt communautaire,</li> <li>- assurer l'intimité et la qualité de vie de la population locale</li> </ul> <p>Partenaires : ADASEA, CPIE, DREAL, communes, OT, acteurs pro du tourisme, associations de protection de l'environnement, propriétaires terriens, autres institutions (Comités départementaux sportifs, Offices nationaux ...)</p>	ADT 82, CAUE, Région MIP, OT
Action 3.4	<p><b>Valoriser et diffuser :</b></p> <p>1. <b>Mise en place d'un dispositif de reconnaissance et de valorisation</b> de ces acteurs (<b>Mise à disposition d'une malle de découverte</b> de l'écotourisme, plaquette de communication, relais site Internet Pays, information sur les labels existants en matière de TD)</p> <p>Cadre d'actions : <b>projet de coopération inter territoriale leader IV ou programme d'actions tourisme 2011 pays midi-Quercy</b></p> <p>2. <b>Edition et diffusion de la charte de bonnes pratiques et de son message auprès du grand public</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Edition d'un document synthétique présentant la charte (8 pages)</li> <li>- Edition de stickers permettant d'identifier les signataires</li> <li>- Mise en place de panneaux d'information pour sensibiliser les clientèles sur les sites naturels les plus fréquentés et les plus fragilisés</li> </ul>	CPIE pour la malle écotourisme.
Moyens humains	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Animation Pays Midi-Quercy, Gal Quercy Rouergue</li> <li>- Prestations extérieures : action de sensibilisation, impression charte, accompagnement qualification TD, site intranet</li> <li>- Dispositif ADEFPAT (sur les ateliers de production ? – à définir dans le cadre du projet de coopération)</li> <li>- Autofinancement des prestataires pour les accompagnements</li> <li>- Communication (plaquette, newsletter, gestion du site intranet) : chargée de communication pays Midi-Quercy</li> </ul>	

Moyens financiers	<p><u>BP 2010 :</u>  Coût site intranet : 5 000 €  Coût Ateliers thématiques tourisme durable 2010 : 8 400 €  Coût Définition de la charte de bonnes pratiques (édition charte 24 pages + organisation de la signature) : 1 400 €  Coût valorisation gd public charte (édition 8 pages, stickers) : 4490 €</p> <p><u>BP 2011 :</u>  Projet tourisme durable (malle écotourisme, accompagnement TD, plaquette de communication, ateliers thématiques ...) : à chiffrer sur 2011 ( cadre coopé ou non)</p>
<b>Total 2010 (TTC)</b>	<b>19 290 €</b>

Mesure 4. Poursuivre l'appui à la qualification des projets touristiques (sur l'ensemble du pays Midi-Quercy) et contribuer à la diversification et thématisation des produits

Objectifs stratégiques :

- Développement de services et prestations touristiques nouveaux et innovants en accord avec les enjeux du tourisme durable et en réponse aux besoins identifiés sur le territoire
- Développement de services et prestations touristiques adaptées aux clientèles familles, aux couples, aux jeunes, aux résidents de l'agglomération toulousaine
- Développement de services et prestations autour de thèmes : « Valorisation des patrimoines et découverte culturelle » et « **Découverte, interprétation et sensibilisation à l'environnement grâce à la pratique des loisirs sportifs de nature** »

Actions	Domaine : production	Partenariats
Action 4.1	Accompagnement des projets donnant lieu à une demande de financement (inscription convention territoriale et fonds leader) via une commission de suivi ( <b>quelle place/contribution du pays dans la mise en œuvre du dispositif d'accompagnement régional ? suivi technique ? - mission à spécifier dans la convention cadre de partenariat</b> )	ADT, CAUE, CCI, CRT...
Action 4.2.	Accompagnement des projets intégrés dans le dispositif de formation développement ADEFPAT	ADEFPAT et Groupe d'Appui au Projet défini en fonction du projet
Action 4.3	Dans le cadre du réseau des OTSI Midi-Quercy, en lien avec les autres politiques menées à l'échelle du Pays : <u>1 mise en place d'atelier de la production autour des thèmes :</u> <b>. Valorisation des patrimoines et découverte culturelle</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artistes et artisans d'art</li> <li>- Patrimoine « Les pigeonniers : usages, paysages et matériaux de construction »</li> <li>- Art contemporain et design (La cuisine)</li> </ul> <b>. Découverte, interprétation et sensibilisation à l'environnement grâce à la pratique des loisirs sportifs de nature</b>  <u>2. Organisation de la mise en marché</u>	OTSI, ADT 82 et acteurs touristiques et culturels

Action 4.4	<p><b>Mise en accessibilité des produits de visite du patrimoine</b></p> <p>Mise en œuvre du projet FEDER Massif central « Le Massif central au bout des doigts » pour une mise en accessibilité aux PMR des prestations de visites du patrimoine sur des sites pilotes (Caylus – St Antonin)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2010 : Finalisation des diagnostics accessibilité sur les aménagements (dépenses matérielles) en partenariat avec le CAUE et la mission Tourisme et handicap de l'ADT 82.</li> <li>2. 2010/2011 : Montage des projets de mise en accessibilité des structures et des visites (possibilité inscription des projets d'aménagement en Convention territoriale et Leader IV)</li> <li>3. 2011/2012 : Réalisation des produits de découverte adaptés (<i>option 1 : coût supporté par le SMPMQ et outils mis à disposition auprès des structures engagées dans le programme d'adaptation ou option 2 : coût supporté par les sites concernés ou la CC QRGA ?</i>)</li> <li>4. Appels à projet sur d'autres sites en MQ</li> </ol> <p><i>Préalable : donner une réponse de principe à l'association braille et culture sur les devis en juin 2010 pour permettre une inscription dans le programme FEDER Massif Central ☒ Mise en place d'une réunion de travail avec les sites pilotes et la CC QRGA avant la mi-juin.</i></p>	OT, communes, CPIE, association Braille et culture, ADT 82, CAUE
Action 4.5	<p><b>Poursuite de l'action en direction des familles</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nouvelle édition du livret/ jeu « à la découverte du patrimoine médiéval en Midi-Quercy » + cadeau enfants (crayon multicolore – fabrication locale)</li> <li>2. Définition et Lancement d'appels à projets auprès de prestataires de loisirs, de sites culturels, d'hébergement, de restaurant, de communes ou communauté de communes</li> </ol>	ADT 82, OTSI

Action 4.6	<b>Qualifier l'offre de randonnées sur le territoire</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actualisation et préparation de l'édition du topoguide du GR de Pays « le Pays Midi-Quercy à pied »</li> <li>2. Mise en place de la signalétique GR-P (4 panneaux d'intersection et panneaux d'entrée) (action reportée du BP 2005 : avenant CG accordée jusqu'au 31/12/2008 – représentation de l'action au titre de 2011 ?)</li> </ol>	CDRP, FFRP, OTSI
Moyens humains	Animation Pays Intervenant ADEFAPT (conseiller-formation et consultant-formateur) Association Braille et culture Partenariats	
Moyens financiers	<u>BP 2010 :</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coût édition livret/ jeu : <b>940 € TTC</b> et fabrication crayons : <b>170 € TTC</b></li> </ul> <u>BP 2011 :</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coût Produit de découverte Malvoyants mis à disposition auprès des sites pilotes : <b>27 289 € TTC</b> (hors 70% FEDER Massif Central) si maîtrise d'ouvrage SMPMQ retenue</li> <li>• Coût édition topoguide : 13 131 € TTC (à déduire recettes vente topoguides FFRP 1<sup>ère</sup> édition)</li> <li>• Coût signalétique GR-P : à définir</li> </ul>	
<b>Total 2010</b>	<b>1110 € TTC</b>	

Mesure 5. Agir pour une communication ciblée et véhicule d'identités		
Objectifs stratégiques :		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffuser des images fortes et thématiques du Pays Midi-Quercy</li> <li>• S'appuyer sur des ambassadeurs du Pays pour communiquer sur le territoire (résidents, prestataires, commerçants)</li> <li>•</li> </ul>		
Actions	Domaine : Communication	Partenariats
Action 5.1 .	Valorisation de l'opération « ambassadeurs » en direction des résidents <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mise en place d'une nouvelle campagne de recrutement en s'appuyant sur les OT, sur les associations visant l'accueil de nouveaux résidents (ex : Caussade accueil)</li> <li>2. Créer des supports d'information adaptés à leur rôle (ex : fiche excursion, fiche détaillée sur les sites partenaires)</li> <li>3. Etablir des listes de diffusion automatiques pour le guide des manifestations</li> </ol>	OTSI, sites partenaires
Action 5.2.	Extension de l'action « ambassadeurs » aux commerçants du Pays Midi-Quercy <ol style="list-style-type: none"> <li>1. concept à réfléchir avec les OT, la CCI, la CM</li> </ol>	OT, la CCI, la CM
Action 5.3	<b>PER « Aveyron/ Viaur, rivières sauvages »</b> : Mise en place d'une campagne photographique par un prestataire extérieur sur le thème des Gorges de l'Aveyron, des activités de pleine nature et de l'écotourisme avec cession des droits au SMPMQ et ses partenaires institutionnels pour les différents supports de communication développés (réunion de lancement prévue le 27/05)	
Moyens humains	Animation Pays (1ETP sur la coordination + ½ ETP sur la communication) Photographe professionnel	
Moyens financiers	<u>BP 2010 :</u> Coût campagne photo (100 photos libres de droit , exploitables pour tous supports usuels ) : 5000 €	
<b>Total 2010 (TTC)</b>	<b>5000 €</b>	

Mesure 6. Promouvoir les atouts majeurs du Pays auprès des clientèles de proximité		
Objectifs stratégiques :		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmenter la notoriété du Pays à l'échelle locale, départementale et régionale</li> <li>Distinguer le Pays des autres territoires / faire émerger ses spécificités</li> </ul>		
Actions	Domaine : Promotion	Partenariats
Action 6.1.	Participation au salon du tourisme de Toulouse (3 jours en février) sur le thème « culture et patrimoine » 1. S'inscrire dans le partenariat avec l'ADT 82 tout en :  Proposant une offre Midi-Quercy ciblée sur le thème à travers l'élaboration de fiches produits thématiques (groupe de travail OTSI) Créant une attraction sur le stand pour renforcer les fréquentations en lien avec le thème et un axe fort du territoire (accueil troupe du festival des châteaux de Bruniquel notamment)	ADT 82, OT, acteurs sur le territoire
Action 6.2	Reconduction de l'Opération promotionnelle sur des prestations Midi-Quercy (sports de pleine nature – accueil à la ferme – visites de sites – manifestations) : mise en place de la carte avantages 2010	OTSI , prestataires
Moyens humains	Animation Pays (1ETP sur la coordination + ½ ETP sur la communication) Photographe professionnel Imprimeur	
Moyens financiers	<u>BP 2010 :</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Coût salon du tourisme 2009 : 5000 €</li> <li>Coût édition carte avantages : 400 €</li> </ul>	
<b>Total 2010 (TTC)</b>	<b>5 400 €</b>	

Mesure 7. Mettre en œuvre un suivi des fréquentations quantitatives et qualitatives du territoire		
Objectifs stratégiques :		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permettre l'évaluation des actions menées</li> <li>• Favoriser l'adaptation et l'ajustement des stratégies et programmes d'action</li> </ul>		
Actions	Domaine : observation	Partenariats
Action 7.1.	Suivi annuel de la qualification de l'offre et des volumes de l'offre d'hébergement notamment grâce à la base de données départementale	ADT 82
Action 7.2	1. Poursuite du traitement des fréquentations dans les OT du Pays 2. Sensibilisation des OT sur le suivi des demandes des clientèles	OT
Action 7.3	Développement d'un suivi des fréquentations auprès des professionnels de la pleine nature	ADT 82, OT St Antonin
Action 7.4	Rédaction d'un bilan de l'économie touristique en MQ annuel sur la base des données locales ( OTSI) départementales (ADT) et régionales (CRT, INSEE)	
Moyens humains	Animation Pays (1ETP sur la coordination)	
Moyens financiers	Outils existants	

## Budget global 2010

	Actions	Coût en € (TTC) Prévisionnel
<b>Information/ Accueil</b>	<i>Disposer de support d'information et d'accueil actualisé et exhaustif :</i>	
	Actualisation du guide pratique anglais	1 853,80 €
	Impression/ fabrication ( <u>Guide pratique version française</u> (9 000 ex.))	8 778,64 €
	Impression/ fabrication ( <u>Guide pratique version anglaise</u> (2 000 ex.))	3 062,00 €
	Impression/fabrication <u>Guide des manifestations</u> ( 4 tirage sur l'année)	5 472,64 €
	<b>Sous-total 1 Accueil/ information</b>	<b>19 167,08 €</b>
<b>Promotion / Communication</b>	<i>Renforcer la lisibilité de l'offre du pays auprès de marché de proximité et sur le territoire</i>	
	<i>1/ en partenariat avec l' ADT 82</i>	
	Salon du tourisme de Toulouse 2010	
	> Location stand	3 588,00 €
	> Location du mobilier	371,96 €
	> Produits de dégustation	62,00 €
> Animations (chants )	850,00 €	
> location piano	130,00 €	
	<i>2/ Opération promotionnelle sur des prestations Midi-Quercy</i>	
> Impression carte avantages et documents associés	400,00 €	
	<i>Promouvoir les thématiques fortes du Pays Midi-Quercy</i>	
	<i>Thématique Sports et activités de pleine nature sur les Gorges de l'Aveyron :</i>	
	> <u>mise en place d'un site Intranet</u> et de qq pages vitrine pour valoriser la destination "Aveyron/ Viaur, rivières sauvages" en partenariat avec le pays Rouergue Occidental et le Pays Albigeois et bastides / en lien avec les systèmes de gestion de l'information existants au niveau départemental	5 000,00 €
	> <u>mise en place d'une campagne photo</u> par un prestataire extérieur sur le thème des Gorges de l'Aveyron, des activités de pleine nature et de l'écotourisme avec cession des droits au SMPMQ et ses partenaires institutionnels pour les différents supports de communication développés	5 000,00 €
	<b>Sous-total 2 Communication/promotion</b>	<b>15 401,96 €</b>
<b>Production</b>	<i>Développement de services et prestations touristiques adaptées aux clientèles familles</i>	
	> Impression du livret/ jeu « à la découverte du patrimoine médiéval en Midi-Quercy » (3000 ex)	940,00 €
	> Fabrication cadeau enfants (crayon multicolore – fabrication locale) (200 ex)	340,00 €

	<b>Sous-total 3 Production</b>	<b>1 280,00 €</b>
	<i>Sensibiliser aux enjeux du tourisme durable</i>	
	<i>Impliquer les acteurs touristiques dans la démarche de progrès liée au TD notamment sur la question de la préservation des milieux naturels / du développement durable</i>	1 500,00 €
<b>Animation du réceptif</b>	> Mise en place d'une nouvelle session 2010 d'ateliers thématiques tourisme durable sur les thèmes : « Valoriser les produits et savoir-faire culinaires locaux », « Améliorer les espaces extérieurs de sa structure touristique », « Informer et sensibiliser les clientèles sur la biodiversité en Midi-Quercy » / <u>Prestation d'ingénierie externe</u>	8 400,00 €
	> Définition d'une charte de bonnes pratiques avec les acteurs du tourisme sur la zone Natura 200 « Gorges de l'Aveyron, Causses proches et vallée de la Lère » / Impression documents (24 pages et 8 pages) + diffusion documents	5 890,00 €
	<b>Sous-total 4 Animation du réceptif</b>	<b>15 790,00 €</b>
<b>Formation</b>	<i>Favoriser auprès des personnels des Offices de Tourisme la connaissance et l'appropriation de l'offre touristique de l'ensemble du Pays Midi-Quercy</i>	
	> Eductours des OT annualisés	600,00 €
	<b>Sous-total 5 formation</b>	<b>600,00 €</b>
<b>Assistance technique tourisme</b>	<i>Renforcer la structuration du réseau des Offices de Tourisme du Pays Midi-Quercy autour de sa stratégie de développement d'un Tourisme durable</i>	
	> Mise en place d'une étude externe visant à encourager la structuration de la compétence tourisme ( hors promotion/ développement transférée au pays) à l'échelle des intercos	<b>18 000,00 €</b>
	<b>Sous-total 5 Assistance technique tourisme</b>	<b>18 000,00 €</b>
<b>Coût Total programme d'actions touristiques 2010</b>		<b>70 239,04 €</b>

En rouge : actions reportées du programme 2009

Seuls **42 239 € TTC** seront présentés au titre du programme 2010, 28 000 € TTC ayant déjà donné lieu à l'octroi de subventions en 2009

**Etat des demandes de subvention**

<b>Intitulé de l'action</b>	<b>Promotion/ animation PER « Aveyron, Viaur, rivières sauvages » : site intranet (5000€) et campagne photographique (5000€)</b>	<b>Etude sur la structuration de la compétence tourisme en Midi-Quercy ( dans dossier assistance technique tourisme)</b>	<b>Programme d'actions 2010</b>
<b>Année de programmation</b>	<b>2009</b>	<b>2009</b>	<b>programmation 2010</b>
<b>Montant de l'opération</b>	<b>10 000 € TTC</b>	<b>18 000 € TTC</b>	<b>42 239 € TTC</b>
<b>Plan de financement</b>	Etat (50%) CG (15%) CR (15%)	FEADER (40%) CR (41.99%)	Plan de financement prévisionnel : Cf détails ci-dessous
<b>Montants accordés</b>	8000 €	14 760 €	Co-financeurs à solliciter CG, CR et Leader IV > inscription en 4 ° CP du 26/05/2010 – attente du Comité des financeurs
<b>Validité des co-financements</b>	Etat : validité jusqu'au 31 / 12/2010  CG : demande de prolongation jusqu'au 31/12/2010 faite le 4/11/2009 : pas de réponse officielle actuellement  CR : date limite 31/12/2012	FNADT : date limite d'exécution de l'opération = 31/12/2009 > pas de demande d'avenant réalisée avant cette date > quelle disponibilité des fonds actuellement ?  FEADER : en attente du nouvel arrêté > voir délais d'exécution affichés  CR : délais de 3 ans à compter du 3/12/2009 dans la limite d'une première demande de subvention dans le délai d'un an	

