

L'enquête Tourisme & Loisirs en Domitienne

Enquête réalisée d'avril à septembre 2020 - Analyses sur un échantillon de 342 répondants

Le profil type du visiteur en Domitienne (au printemps)

- Français, originaire d'Occitanie
- En couple
- Agé de 56 à 65 ans
- Se déplace en voiture
- Découverte, détente, sport-loisir
- Visite le Canal du Midi

Les modalités de séjour

- 8,3 nuitées
- 39,9 € / jour et / pers.
- 3,8 activités pratiquées
- Hébergement de plein air et chambres d'hôtes

Le profil type du visiteur en Domitienne (en été)

- Français, originaire d'Occitanie
- En famille ou entre amis
- Agé de 56 à 65 ans
- Se déplace en voiture
- Découverte, détente, sport-loisir
- Promenade nature, plages, visites

Les modalités de séjour

- 9,9 nuitées
- 32,2 € / jour et / pers.
- 2,4 activités pratiquées
- Hébergement non marchand (70%), hébergement de plein air ou chambres d'hôtes

La démarche participative et de co-construction

- ✓ 14 entretiens
- ✓ 1 réunion « Campings »
- ✓ Des échanges avec partenaires et institutionnels
- ✓ 1 vidéo introductive
- ✓ Plus de 40 participants autour d'une stratégie partagée
- ✓ 41 fiches actions co-construites
- ✓ 1 tableau de bord

Malgré le contexte sanitaire, la stratégie de développement durable du tourisme et des loisirs en Domitienne a été élaborée de façon partenariale, tant avec les institutions locales et territoriales, qu'avec les socio-professionnels et acteurs du tourisme. Les adaptations méthodologiques ont permis de palier aux contraintes sanitaires.

ZOOM SUR

Les caractéristiques de l'offre de Slow Tourisme



Transports moins polluants

Train, bus, vélo, à pied, en covoiturage



Découverte d'une région

Paysages, sites emblématiques et sites confidentiels, rencontres, savoir-faire, gastronomie, culture,



Expériences

De voyage, culinaires, inédite (ou presque), locales, ...



STRATÉGIE TOURISME ET LOISIRS EN DOMITIENNE 2022-2026

Document d'information interne - Mars 2022

La Domitienne en chiffres

Fiche d'identité

8 communes, dont Vendres commune littorale
171,90 km²
27 784 habitants (2016)
159 hab./km²

Accueil touristique

1 Office de tourisme et 3 bureaux d'information touristique
Près de 32 600 lits touristiques dont 68,5% sont des lits marchands
700 000 nuitées touristiques
92% des lits marchands sont situés sur le littoral

Les communes de La Domitienne

- Cazouls-lès-Béziers
- Colombiers
- Lespignan
- Maureilhan
- Maraussan
- Montady
- Nissan-lez-Enserune
- Vendres

La stratégie de développement durable du tourisme et des loisirs

Cette stratégie a été élaborée par l'Office de Tourisme de La Domitienne accompagné du Cabinet APter, selon trois grandes étapes de définition:

- ◆ Le diagnostic partagé
- ◆ Les orientations stratégiques
- ◆ Les fiches-actions co-construites



Fond de carte touristique - © Office de Tourisme La Domitienne



Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales

Mars 2022

Une stratégie partagée autour de 3 axes stratégiques

Axe 1 : Un accueil de qualité, reconnu

Orientation 1 : Un office de tourisme innovant, et présent sur l'ensemble du territoire

1. Elaborer un schéma d'accueil touristique intégrant les BIT et les partenaires du territoire
2. Doter l'office de tourisme d'un bureau d'information touristique moderne à Vendres, principale commune touristique.
3. Oser et innover en matière d'accueil et de promotion touristique et de loisirs (réalité augmentée, accueil hors les murs, chat bot, point immobile, tiers-lieux)
4. Poursuivre le programme de formation du personnel

Orientation 2 : Un pôle structurant : Malpas, Canal du Midi et Maison de site

5. Requalifier la Maison du Malpas en Maison de site du futur GSF
6. Engager une requalification paysagère des abords du Canal du Midi sur le secteur « Malpas »
7. Sécuriser le tunnel du Malpas sur le Canal du Midi
8. Définir un programme culturel et mise en valeur touristique au sein de la Maison du Malpas

Orientation 3 : Une démarche participative et citoyenne permanente : socioprofessionnels, population locale, visiteurs, touristes et des partenaires

9. Poursuivre la collecte et le transfert de données touristiques.
10. Veiller à la notoriété et l'e-réputation du territoire.
11. Organiser des « micro voyages » thématiques destinés aux élus, socioprofessionnels, influenceurs et partenaires
12. Evaluer et suivre l'évolution des clientèles et publics présents en Domitienne

Axe 2 : La structuration de l'offre et le développement des mobilités

Orientation 1 : La culture et le patrimoine, comme socle de l'offre touristique et de loisirs

13. Développer et structurer l'offre culturelle et patrimoniale au départ d'Ensérune et du futur Grand Site de France
14. Promouvoir la culture et le patrimoine dans chaque produit touristique et de loisirs.
15. Se doter d'un schéma d'interprétation du patrimoine de La Domitienne

Orientation 2 : Une offre balnéaire dans un espace littoral, naturel, préservé et mis en valeur

16. Structurer l'offre balnéaire autour d'un espace littoral préservé et mis en valeur
17. Renforcer l'attractivité durable et de manière écologique du port du Chichoulet

Orientation 3 : Le tourisme fluvial, catalyseur de visiteurs

18. Développer l'offre de tourisme fluvial, catalyseur de visiteurs, associer à la découverte du territoire.
19. Améliorer les services situés à proximité du Canal du Midi (box vélos, location, conciergerie rurale)

Orientation 4 : L'œnotourisme et la création de produits de découverte innovants

20. Inscrire l'œnotourisme comme incontournable d'un séjour en Domitienne, à consommer ou à offrir.
21. Promouvoir la création d'un hébergement hôtelier de qualité
22. Etudier l'opportunité et la faisabilité d'une boutique de produits du terroir (à Colombiers ou Vendres, à mutualiser)

Orientation 5 : Développement et promotion de l'itinérance

23. Promouvoir le développement de l'itinérance et des sentiers de randonnées dans une logique d'intermodalités dans le cadre du plan de déplacement intercommunal
24. Promouvoir l'EuroVélo 8
25. Poursuivre la création, le balisage et l'entretien de sentiers VTT
26. Poursuivre la création, le balisage et l'entretien de liaisons douces pédestres
27. Promouvoir les sites et activités accessibles en déplacements doux ou transports en commun et encourager le développement d'une offre de location de vélos et trottinettes électriques depuis Vendres, Colombiers et Cazouls-lès-Béziers
28. Etudier le potentiel de développement des sports de nature et de l'itinérance douce au-delà des limites administratives
29. Veiller à l'accessibilité de l'ensemble de l'offre touristique et de loisirs par une signalétique touristique adaptée

Axe 3 : Une destination d'excellence en matière de slow tourisme et de tourisme responsable

Orientation 1 : Une destination de qualité : labels, marques, des institutions et prestations

30. Poursuivre l'accompagnement des professionnels dans la qualification de leur offre.
31. Participer à la mise en œuvre des actions en faveur de Destination pour Tous
32. Participer à la mise en œuvre des actions en faveur de Vignobles et Découvertes
33. Promouvoir les produits du terroir répondant à un cahier des charges précis garant de qualité

Orientation 2 : Des activités, produits et animations toute l'année

34. Soutenir et accompagner les initiatives privées en matière de développement du tourisme et des loisirs.
35. Etudier la création de zones de stationnement camping-cars intégrées et sécurisées
36. Créer des espaces de loisirs et de détente en accès libre : espace pique-nique (accessible PMR, espace de pratique autonome avec module de freetness); station de vidange camping-car

Orientation 3 : Des outils de promotion et de communication performants

37. Définir une stratégie marketing, cohérente et partenariale pour valoriser l'offre par une communication adaptée et une présence sur les réseaux sociaux pertinente
38. Poursuivre les actions de promotion et de communication touristique incontournables

Orientation 4 : Une offre porteuse de sens et d'expériences à vivre

39. Se doter d'un programme de formations-actions pour la création d'une offre diversifiée dans chaque micro-destination
40. Sensibiliser aux enjeux de tourisme responsable et du slow tourisme les professionnels, les habitants, les visiteurs, et ce, toute l'année.
41. Inscrire les animations et événements dans une logique/démarche de tourisme responsable et de slow tourisme

Un tableau de bord reprenant les 41 fiches-actions