

Schéma directeur de l'attractivité durable 2026-2030

FICHES ACTIONS



Septembre 2025

Vers une attractivité durable et partagée

Devenue 3^e ville française et désormais présente sur de nombreux podiums (« Métropole la plus attractive de France » pour la 2^e année consécutive » d'après le Baromètre Arthur Loyd, « 1^e ville à visiter au monde en 2025 » selon le Lonely Planet, en tête du classement 2025 des villes étudiantes de France, selon L'Étudiant ou encore 3^e ville de France au classement ICCA), la métropole toulousaine s'installe durablement comme une **métropole européenne ouverte à l'international**.

Ces reconnaissances à l'échelle mondiale engagent plus que jamais la responsabilité des acteurs qui composent son écosystème local et invitent à renforcer leurs actions afin de conserver ces positions. Cependant, à l'heure où les attentes des citoyens, des visiteurs, des entreprises et des partenaires publics et privés évoluent profondément, l'attractivité ne peut se contenter d'une simple logique de développement ou de mise en valeur du territoire. Elle doit aujourd'hui contribuer activement à la transition écologique, à la cohésion sociale et au développement local.

Le présent Schéma Directeur de l'Attractivité Durable (SDAD) s'inscrit ainsi dans la continuité des démarches engagées depuis plusieurs années par l'agence d'attractivité de Toulouse Métropole avec l'obtention des labels **Qualité Tourisme (2021)** devenu **Destination d'Excellence (2025)** et l'obtention de la **certification ISO 20121 (2025)**.

Cette feuille de route constitue pour la destination une étape charnière tant pour Toulouse Team (l'agence d'attractivité de Toulouse Métropole) que la métropole toulousaine.

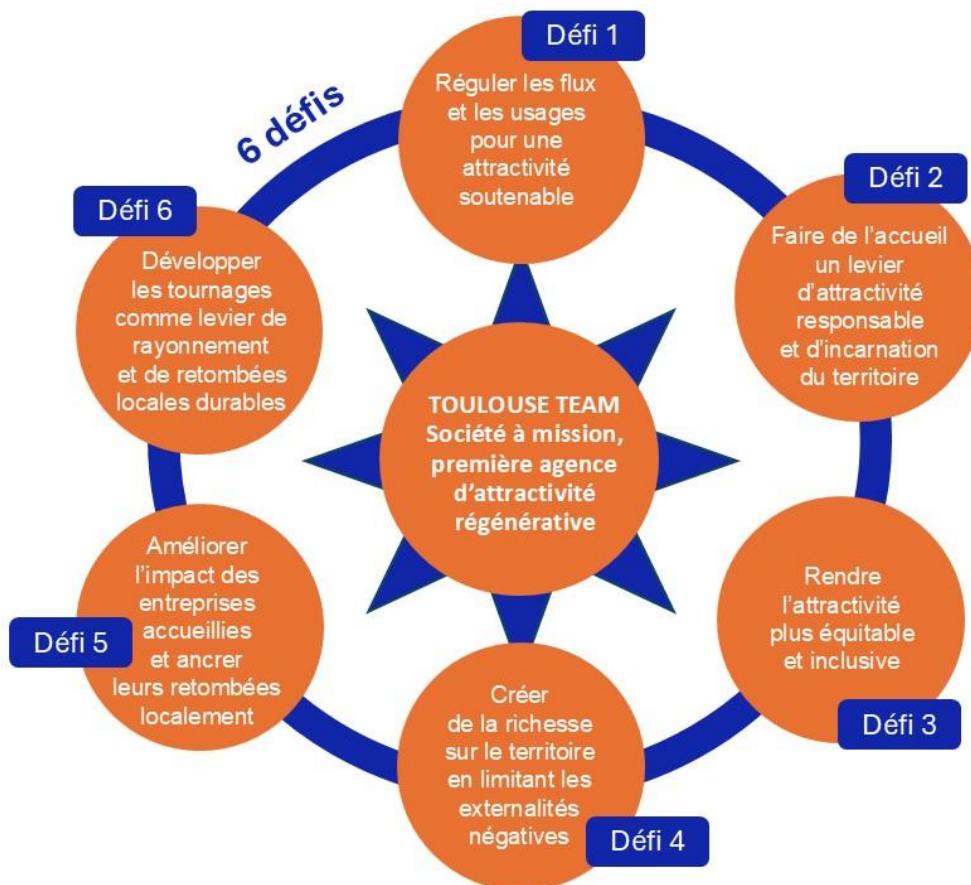
C'est dans cette perspective que Toulouse Team, en collaboration étroite avec les services de la Métropole, de la Ville, le Département, la Région et la CCI, devient **la première agence d'attractivité à se doter d'un Schéma Directeur de l'Attractivité Durable** mettant en application les cinq axes stratégiques de Toulouse Team, éclairés à l'aune des enjeux de durabilité :

1. Attirer des sources de richesses nationales et internationales
2. Développer l'activité touristique locale
3. Préserver et contribuer à l'amélioration de la qualité de vie des habitants
4. Intégrer les principes de développement durable
5. Améliorer la performance de l'organisation

À travers ce document, **Toulouse Team** pose les fondations de sa transformation vers une “société à mission”, en inscrivant explicitement ses objectifs environnementaux, sociaux et territoriaux dans ses missions de prospection, d’accueil, d’accompagnement et de rayonnement. Cette dynamique vise également à **redonner une place centrale aux partenaires historiques** de Toulouse Team en renouvelant les formes de gouvernance, en renforçant les coopérations, et en construisant un cadre stratégique clair et partagé. La création du Conseil Consultatif avait permis l’association des socio-professionnels et de la CCI à la gouvernance de l’agence ; la constitution d’un Comité de mission permettra de leur donner toute leur place.

Dans cette trajectoire, Toulouse Team prend également part à une nouvelle dynamique : celle de la **Responsabilité Territoriale des Entreprises (RTE)**. Alors que la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) s’applique selon des standards nationaux ou internationaux, la RTE vient compléter cette approche en mettant en lumière l’impact des entreprises sur leur territoire d’implantation, encourageant des stratégies d’ancrage local durables. Toulouse Team, en tant qu’interface entre acteurs économiques, publics et citoyens, entend jouer un rôle actif dans la structuration de ces écosystèmes territoriaux.

Coconstruits avec les acteurs du territoire et au service des Toulousains, ce **Schéma Directeur de l’Attractivité Durable** est structuré autour de trois actions transversales – la constitution d’une société à mission, la création d’un observatoire de l’attractivité durable et la mise en place d’une boussole du bien-être – et de six défis majeurs.



Avant-propos

Les actions détaillées dans ce présent document ont été pensées avec les professionnels du secteur pour développer l'attractivité de Toulouse également dans un souci de préservation et de contribution à l'amélioration de la qualité de vie des habitants des 37 communes de Toulouse Métropole.

Par ailleurs, chacune des parties prenantes mentionnées dans ce document portera la mission qui le concerne en transparence avec Toulouse Team pour que la promotion et les interactions soient amplifiées.

Enfin, pour certaines des actions mentionnées ci-après, il ne s'agit pas de remettre en cause les projets en cours ou les démarches existantes mais plutôt d'en amplifier la résonance et d'en améliorer la portée.



<p>Action transversale 1</p>	<p>Engager Toulouse Team et ses partenaires autour d'un plan d'actions sur l'attractivité du territoire davantage tourné vers le social et l'environnement</p>
<p>Toulouse, société à mission</p>	

Objectifs

- Donner un cadre clair et ambitieux aux engagements RSE de Toulouse Team.
- Poser une démarche structurante à la mise en œuvre des 6 défis du SDAD.
- Fédérer les partenaires autour d'un cap stratégique partagé.

Descriptif

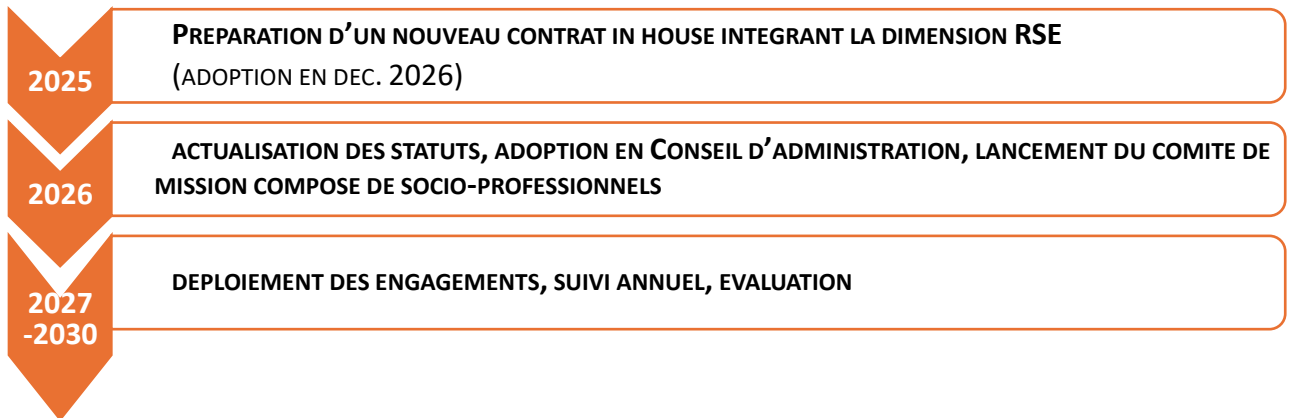
Pour porter une attractivité à la fois plus responsable, plus équitable et plus ancrée localement, Toulouse Team s'engage à se transformer en **société à mission**. Cette évolution constitue le socle du Schéma Directeur de l'Attractivité Durable, et affirme la volonté de Toulouse Team de traduire concrètement ses engagements sociaux, environnementaux et territoriaux dans son fonctionnement, sa gouvernance et ses modes d'action.

Cette évolution statutaire et stratégique permettra de donner un cadre clair à ses ambitions RSE, de formaliser un contrat collectif avec ses partenaires, et de renforcer la lisibilité de son action dans l'écosystème territorial. Elle participera également à réengager les partenaires clés autour d'un projet partagé. L'une des réflexions engagées dans le cadre de la société à mission à terme tournera autour d'une possible intégration à la **Convention des Entreprises pour le Climat (CEC)**.

Parties-prenantes

Toulouse Team (CODIR, gouvernance), Toulouse Métropole, Mairie de Toulouse.

Calendrier



Indicateurs de suivi

Adoption du statut de société à mission ; installation du comité de mission ; part des actions alignées avec les engagements formalisés ; reconnaissance externe de la démarche.



Action transversale 2	Renforcer ses capacités de veille et d'observation
Création d'un observatoire de l'attractivité durable	

Objectifs

En complément de l'Observatoire développé par Toulouse Team, il s'agit de mieux connaître les acteurs locaux et les clientèles de Toulouse Team et leurs évolutions (touristes, évènements, entreprises implantées et tournages accueillis) sous l'angle de la durabilité.

De nouveaux indicateurs permettront entre autres de...

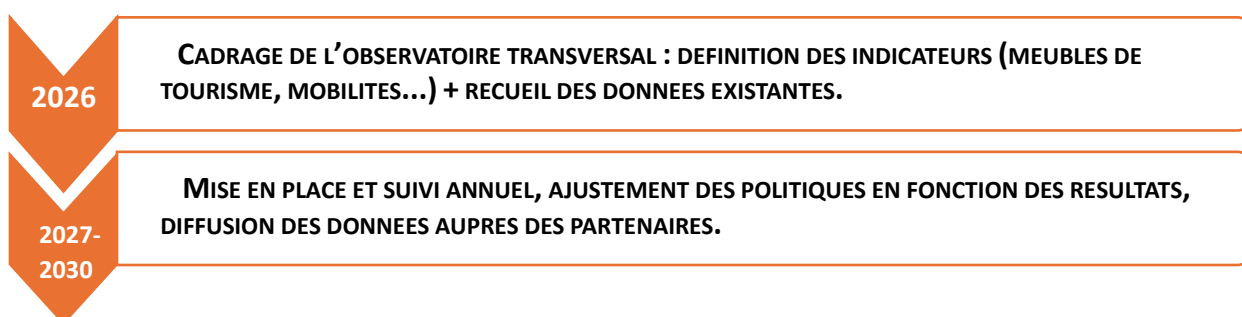
- Suivre l'évolution de l'offre de meublés de tourisme qui influe sur le bien-être des habitants (impact sur l'accès à la location/propriété, nuisances sonores, fleurissement de boîte-à-clé sur le mobilier des copropriétés...), enjeu, dérives risques...
- Mieux connaître les conditions d'accès aux sites touristiques majeurs (Cité de l'espace, Piste des Géants avec la Halle de la Machine et l'Envol des Pionniers) et Aéroscopia en y intégrant un baromètre de la mobilité et encourager les pratiques de mobilité durable (en lien avec l'action D1.A3).
- Intégrer les retombées des évènements structurants pour le territoire (en lien avec les filières d'excellence) et évaluer leur impact économique, environnemental et social.
- Valoriser l'implantation d'entreprises sous le prisme de la durabilité.
- Mesurer et analyser la perception des habitants sur le tourisme (loisirs et affaires) et adapter nos actions de développement à cette vision des habitants.

Descriptif

Cette action transversale vise à **renforcer les capacités de veille et d'observation de Toulouse Team et de la Métropole** sur les enjeux clés liés à l'attractivité. Elle constitue un socle de connaissance commun au service de toutes les politiques d'attractivité durable.

Elle s'appuie sur les outils d'observation déjà existants, notamment ceux de l'AUAT (Agence d'Urbanisme de l'Aire Toulousaine), de la DDT (Direction Départementale des Territoires) et des services de Toulouse Métropole. Ce socle pourra être complété par l'achat de données issues des plateformes spécialisées (type AirDNA ou Inside Airbnb) pour mieux suivre l'évolution du parc de meublés, par l'activation d'un outil comme Flux Vision Tourisme (Orange) ou la mise en place de capteurs sur site pour comprendre les flux de fréquentation touristique ou encore par des enquêtes qualitatives pour recueillir des retours d'expérience usagers et ressentis des habitants.

Calendrier



Parties-prenantes

Toulouse Team, Toulouse Métropole, AUAT, DDT, Tisséo, gestionnaires de sites (SEMECCEL, Aéroscopia, Halle de la Machine, MEETT, CCPB, DIAGORA...).



Cet observatoire de l'attractivité durable pourra être complété, le cas échéant, par l'enrichissement d'une boussole du bien-être pilotée par Toulouse Métropole (cf. action suivante).

<p>Action transversale 2 bis</p>	<p>Au profit de la Métropole de Toulouse</p>
<p>La Boussole du bien-être : mesurer le bien-être territorial</p>	

Objectifs

- **Inciter Toulouse Métropole à s'engager dans une telle démarche avec le soutien de Toulouse Team sur le volet du marketing territorial ;**
- **En complément de cette boussole (perceptions subjectives des habitants), Toulouse Team poursuivra les échanges avec la Chaire attractivité d'Aix-Marseille (ImageTerr) et avec l'AuAT (construction d'un indice d'attractivité des territoires) basées sur des critères objectifs.**

Descriptif

Parce qu'une attractivité juste se construit aussi à partir du vécu des habitants et que les démarches d'attractivité s'appuient de plus en plus sur la mesure du bien-être, cette action transversale vise à mettre en place une boussole du bien-être territorial à l'échelle de la métropole. Elle pourrait être menée par les équipes de Toulouse Métropole auxquelles les équipes de Toulouse Team apporteront un soutien dans sa mise en place sur les critères liés à l'attractivité territoriale : emplois, espaces verts, sécurité... Le cas échéant, cette boussole du bien-être sera alimentée et objectivée par l'Observatoire de Toulouse Team (Image Terr, indice d'attractivité...).

A l'image des démarches menées à Lille et à Lyon par exemple, cette boussole permettra de :

- **sélectionner / identifier les priorités exprimées par les Métropolitains** (accès aux services, sentiment de sécurité, loisirs, espaces propices aux déplacements doux, piétonnier, réputation du quartier...) en fonction des réalités vécues dans les 37 communes. Cette démarche suppose une communication élargie et une approche pédagogique et collégiale pour renforcer l'intérêt du plus grand nombre d'y participer ;
- **croiser ces données avec les dynamiques d'attractivité** : accueil de nouveaux projets, qualité de l'espace public, accessibilité à la culture, présence d'équipements ;
- **valoriser l'ensemble du territoire métropolitain pour viser à une meilleure répartition des flux et des activités économiques.**

L'outil s'appuiera sur des méthodes participatives innovantes (cartographies sensibles, baromètres émotionnels, collecte mobile dans l'espace public, partenariats avec les associations et maisons de quartier, assemblées citoyennes) en capitalisant sur les outils déjà existants à l'échelle métropolitaine.

En complément, un partenariat avec la Chaire Aix-Marseille (ImageTerr) pourrait permettre de structurer une étude biannuelle sur l'évolution de la perception de la métropole par ses habitants.

Action transversale 3	Prendre le virage de l'IA
Maitriser et alimenter les contenus des moteurs de recherches des logiciels d'IA	

Objectif

Assurer la place de Toulouse dans les recherches de l'IA grâce à la diffusion multicanale de contenus éditoriaux (EDL) auprès des partenaires de Toulouse Team. Coordination des contenus par Toulouse Team.

Descriptif

Cette action vise à **coordonner, alimenter et à diffuser des contenus éditoriaux (éléments de langage) auprès des partenaires de Toulouse Team** afin de nourrir les « Large Language Model » (LLM) des IA.

Avec l'essor de l'intelligence artificielle générative, le paysage du référencement naturel est en constante évolution et une nouvelle discipline émerge : le **Generative Engine Optimization (GEO)**. Cette approche redéfinit la manière dont les entreprises optimisent leur présence en ligne.

Les moteurs de recherche basés sur l'IA génèrent désormais des réponses directes aux requêtes, réduisant la nécessité pour les utilisateurs de cliquer sur des liens vers des sites web. Cela pose un défi pour le **SEO traditionnel**, car la visibilité organique des sites peut diminuer. Les entreprises doivent donc adapter leur stratégie en optimisant leur contenu pour qu'il soit compris et utilisé efficacement par ces outils d'IA. Le **GEO** devient ainsi indispensable, dans ce nouvel environnement numérique, pour maintenir et améliorer sa présence en ligne grâce notamment à :

- **La qualité et la pertinence du contenu**, en lien avec la requête formulée (en langage naturel) par l'utilisateur.
- **La fiabilité des sources utilisées pour rédiger le contenu**, celles-ci devant être clairement citées dans le texte afin d'accroître sa fiabilité aux yeux des algorithmes (et des internautes).
- **L'importance donnée à l'autorité du contenu et la mise en avant des auteurs**, ceux-ci devant être des experts dans leur domaine.
- **L'impartialité.**
- **Le recours à la pédagogie** : le contenu doit être à la fois expert et accessible à tous les internautes.

Ce travail autour de la GEO se fera avec l'accompagnement d'une agence spécialisée.


Parties prenantes

Toulouse Team, CRT Occitanie, Haute-Garonne Tourisme, hébergeurs, sites culturels, Mairie et communes périphériques, Tisséo, start-ups spécialisées dans la data et l'IA, chaire d'Aix-Marseille, Université Toulouse (sciences humaines, UX, linguistique), CCIT Toulouse, associations (accessibilité, inclusion, mobilité douce), sites événementiels.

Calendrier

2026	CONSTITUTION D'UN COMITE EDITORIAL CONSTITUE D'ACTEURS TOURISTIQUES ET ECONOMIQUES DE LA DESTINATION, REDACTION D'EDL
2027 -2030	DIFFUSION DES CONTENUS EDITORIAUX AUX ACTEURS DE L'ATTRACTIVITE TOULOUSAIN Alimentation automatique des LLM d'IA ENRICHISSEMENT CONTINU DES CONTENUS EDITORIAUX

Moyens estimatifs

 0.1 ETP	Constitution et animation du comité éditorial, rédaction et diffusion des contenus.
---	---

Indicateurs de suivi

Nombre d'outils implémentés, consultations des pages, taux de satisfaction des utilisateurs.



Défi n°1.

Réguler les flux et les usages pour une attractivité soutenable

Toulouse est une destination attractive, vivante et en forte croissance. Cette dynamique, si elle constitue un atout pour l'économie et le rayonnement du territoire, engendre également des tensions sur l'espace public, les mobilités, les ressources ou le cadre de vie des habitants. L'enjeu n'est plus seulement de séduire, mais de mieux accueillir, répartir et canaliser les flux — dans le temps comme dans l'espace — pour préserver ce qui fait la qualité et la singularité de Toulouse.

Ce défi vise à penser l'attractivité dans une logique d'équilibre territorial, d'optimisation des usages et de sobriété dans les pratiques touristiques et événementielles. Il s'agit à la fois de mieux connaître les flux, d'agir sur les mobilités, de lisser la fréquentation et de valoriser de nouvelles destinations au sein de la métropole. Toulouse Team se positionne ici comme un acteur fédérateur, à l'interface entre données, narration territoriale et coordination des partenaires.

Action D1.A1	Les Temps Calmes	Amplification
Programmer autrement pour lisser les flux dans le temps		

Objectifs

- **Développer la fréquentation lors des périodes creuses, mieux répartir les flux de visiteurs dans le temps**
- **Prolonger la durée de séjour des visiteurs de proximité**

Descriptif

“Les Temps Calmes” désignent une programmation culturelle, patrimoniale et de loisirs, conçue pour valoriser les périodes habituellement moins fréquentées : weekends et vacances scolaires, période hivernale...

L’ambition est double :

- offrir une expérience de la destination plus locale, plus sereine, plus durable,
- favoriser une activité touristique tout au long de l’année, notamment dans les périodes creuses.

L’action s’adresse aux habitants de la métropole et aux visiteurs régionaux, avec une ouverture possible à moyen terme vers un public national et international. La programmation sera multisites et s’appuiera sur des lieux facilement accessibles en transports en commun (métro, tram, bus, téléphérique), ou reliés via des navettes événementielles.

Cette action se basera sur :

1/ Un **travail collaboratif engagé avec le service culture de la Ville/Métropole qui est capable d’influer sur la temporalité des festivals et des évènements** lorsqu’il octroie des subventions. Ce service pourrait inciter les acteurs culturels à offrir des activités sur des périodes plus calmes pour éviter toute saturation sur des mois déjà très chargés.

Des partenariats seront noués avec les sites touristiques, les institutions culturelles, les restaurateurs ou les hôteliers pour **proposer des offres incitatives. Un travail avec des organisateurs privés d’évènements doit également être engagé ou renforcé pour assurer une veille sur des évènements pouvant être organisés sur les mois d’hiver.** L’évaluation des flux permettra d’adapter les incitations selon les périodes et les profils de visiteurs.

2/ Pour dynamiser l’activité touristique sur les week-ends, qui sont traditionnellement des périodes creuses pour les hébergeurs, des actions porteront sur **le prolongement de la durée de visite** de la clientèle régionale et de proximité.

Ceci afin d’obtenir un effet de bascule : bascule d’une “soirée en ville “ à une nuitée, bascule d’une journée en ville à un week-end plaisir à Toulouse. Le pass Toulouse + et sa communauté d’utilisateurs pourront être utilisés pour inciter les clientèles proches à faire cette bascule qui a pour objectif d’augmenter la durée de séjour et de remplir les chambres d’hôtels du vendredi au dimanche. Ces mesures incitatives peuvent passer par des tarifs plus attractifs et par un récit adapté donnant envie au touriste régional de rester sur Toulouse après son évènement. Ce récit doit être relayé par les partenaires de Toulouse Team : ONCT, Théâtre du Capitole, Zénith, Casino Barrière, le Bikini, La Cabane... 3/ Une **campagne de communication ciblée**, portée par Toulouse Team, valorisera ces “packages” pour prolonger son séjour sur la destination. Elle visera les clientèles de proximité avec un focus sur les seniors actifs, en ciblant les principales villes d’Occitanie, d’Aquitaine et de Rhône-Alpes.

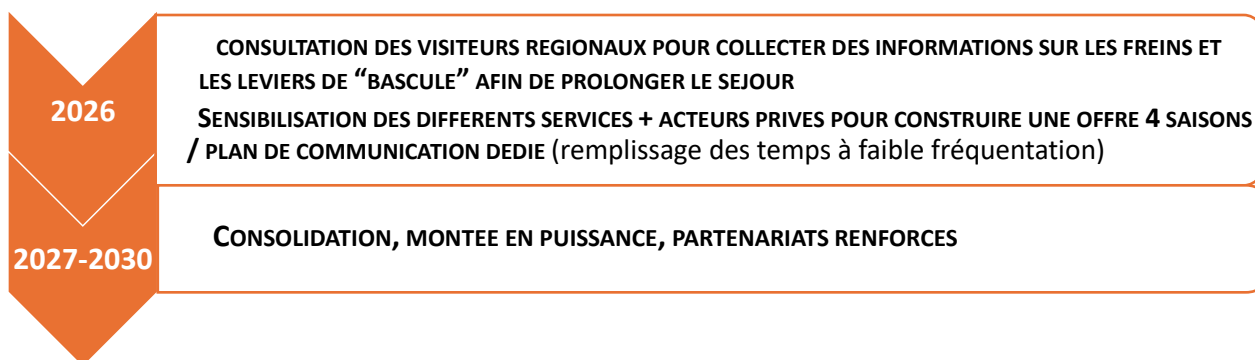
Elle pourra s'appuyer sur des partenariats presse ou avec la SNCF pour pousser des offres combinées « transport + hébergement + activité ».

Un travail partenarial avec la Fédération des commerçants, la Chambre de commerce et des fédérations comme l'UMIH doit permettre de mobiliser les restaurateurs et les commerçants locaux sur leurs horaires d'ouverture qui doivent aussi correspondre aux comportements et à la demande des visiteurs. Un travail spécifique sur l'ouverture des restaurants le dimanche pourra être engagé au niveau local pour permettre d'avoir une offre de restauration à la hauteur des attentes des visiteurs internationaux et des reconnaissances d'attractivité (cf. Lonely Planet).



Parties prenantes

Toulouse Team (pilote), Toulouse Métropole, Tisséo, SNCF, partenaires touristiques, associations locales institutions culturelles (Théâtre du Capitole, Muséum, Quai des Savoirs), salles de spectacles et salles de concert (Zénith, La Cabane...), Fédération des commerçants de Toulouse, marchés (Cristal, Victor-Hugo, Carmes, Saint-Cyprien), hébergeurs (Club Hôtelier, UMIH 31), restaurants partenaires, etc...

Calendrier



Moyens estimatifs

 0.2 ETP	Au sein de Toulouse Team : pilotage de l'enquête, animation et communication ciblée
 10K€	Enquête auprès de la clientèle régionale Travail d'animation auprès des acteurs locaux pour identifier / campagne de communication ciblée

Indicateurs de suivi

Part de fréquentation en période creuse ; nombre de sites participants ; satisfaction des publics et des acteurs locaux ; taux d'occupation hébergements hors saison/week-end ; évolution des flux par période et par zone.

Action D1.A2	Échappées métropolitaines	Amplification
Révéler l'attractivité des territoires hors centre-ville		

Objectif

- **Mieux répartir la fréquentation touristique sur le territoire métropolitain pour favoriser un tourisme de proximité, plus équilibré et durable.**
- **Répondre à la demande des métropolitains et des visiteurs de se reconnecter à la nature proche de chez eux (ou proche de leur hébergement marchand).**
- **Développer l'offre de boucles cyclables sur Toulouse Métropole.**

**Descriptif**

Cette action vise à faire émerger une offre touristique attractive hors du centre-ville en valorisant les ressources culturelles, patrimoniales et naturelles des communes de la métropole. L'objectif est de structurer une offre "hors-centre" lisible, connectée et désirable, autour de sites moins connus, en s'appuyant sur les modes de transport doux comme le vélo. Cette action poursuit et renforce le travail engagé de valorisation des activités touristiques et de loisirs des communes de Toulouse Métropole (visites guidées, carte des guinguettes, topo-guide, circuits à vélo...).

La démarche s'appuie sur :

- une actualisation du travail **de repérage et de sélection de sites à fort potentiel**, travail engagé en 2018 lors de la parution du topo-guide de Toulouse Métropole.
- la **co-construction de circuits avec les communes de la métropole** : circuits de découvertes dans les communes de Toulouse Métropole autour du patrimoine, de la nature, de la découverte d'artisans/de savoir-faire locaux, itinéraires en mobilité douce, activités culturelles ou gastronomiques, événements locaux, nouvelles offres en cours de création autour du fleuve et des canaux Grand Parc Garonne dont l'île du Ramier ; château du Canal, les Cales du Radoub, bassin des Filtres, écluse Saint-Pierre, réaménagement des berges des 3 canaux toulousains...) et des boucles expérientielles nature (Pech David via le Téléo), rencontres avec des artisans des métiers d'arts (cf. encadré ci-dessous actions, Schéma Haute-Garonne).
- une **mise en récit** via des contenus attractifs (photo, vidéo, podcast, cartes).
- une **campagne de communication territorialisée** portée par Toulouse Team. Les actions de communication s'adresseront plus particulièrement à une cible familiale.

ECHAPPEES METROPOLITAINES EN VELO

Cette élaboration de circuits se fera en deux temps : dès 2025 édition et valorisation de 8 boucles permettant de découvrir des « bijoux cachés de la métropole » et en 2026, édition d'un guide plus expérientiel autour de 25 circuits qui permettent de découvrir aussi des boutiques, des bars, des artisans, les personnes qui font les quartiers et les communes de Toulouse Métropole ... (l'appui d'un groupe de presse pour ce guide pourrait être envisagé).

Pour les autres échappées métropolitaines, une réflexion croisée pourrait être envisagée avec Tisséo pour inciter les visiteurs à utiliser les transports en commun (ex : excursion à Pech David avec le Téléo). Un comité de projet doit être constitué en 2026 avec 2 personnes de Toulouse Team et 2 personnes de

Tisséo, qui seront chargées d'élaborer une dizaine de propositions de circuits au départ d'une station de bus, métro, train...

Cette double action va nécessiter la mobilisation des équipes de Toulouse Team pour collecter le contenu et reconnaître sur le terrain les tracés et les points d'intérêt touristiques. Il permettra de soutenir des initiatives locales vertueuses (circuits courts, lieux hybrides, artisanat, etc.), en lien avec les mairies et les réseaux associatifs et sera complémentaire à l'action D1.A3 qui doit inciter les visiteurs à utiliser des moyens alternatifs à la voiture pour se rendre sur les sites excentrés.

Parties prenantes

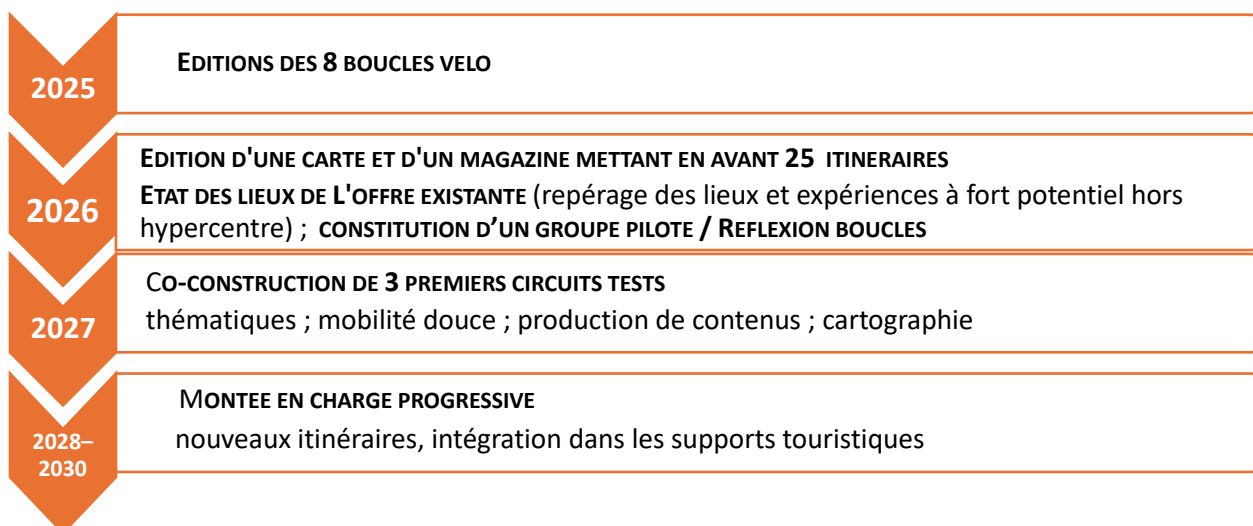
Toulouse Team (pilote), communes partenaires (Blagnac, Ramonville, Saint-Orens, Colomiers...), Haute-Garonne Tourisme, services culturels de quartiers (ex. centre culturel Henri-Desbals), associations patrimoniales (en quête de Patrimoine, Guides Toulouse Greeters), acteurs économiques (MIN, Marché d'Intérêt National de Toulouse, artisans labellisés CMA), Tisséo, VNF, Les Chemins de Saint-Jacques.





Cette action s'inscrit en cohérence avec 3 actions
du **Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne (2025-2030)**

- **Action A.4 : Structurer la mise en tourisme des activités de pleine nature.** L'action partage l'ambition de développer de nouveaux itinéraires doux (à pied, à vélo...) en lien avec le patrimoine, les paysages et la mobilité décarbonée, tout en assurant une montée en qualité de l'expérience proposée.
- **Action A.5 : Sensibiliser les clientèles, les acteurs et la population locale à la bifurcation écologique.** Elle rejoint la volonté de produire une signalétique concertée et pédagogique (charte graphique commune, pictogrammes, indications de temps de parcours, supports patrimoniaux), permettant à la fois une meilleure orientation des publics et une sensibilisation à l'environnement (faune, flore, gestion de l'eau à travers l'histoire du Canal du Midi par exemple, etc.).
- **Action C.2 : Accompagner la valorisation touristique des savoir-faire.** *Les échappées* pourront intégrer des rencontres avec des artisans, des métiers d'art, ou des Meilleurs Ouvriers de France, pour enrichir l'offre avec des formes de tourisme expérientiel local, en écho aux spécificités économiques et culturelles du territoire métropolitain.

Calendrier



Moyens estimatifs

 0.2 ETP	au sein de Toulouse Team pour l’animation territoriale, la coordination éditoriale et la mise en réseau
 40K€	20K€ : création d’un univers visuel et déclinaisons annuelles et de format (carte, affiches, formats réseaux sociaux). 10K€ : création de contenus (photos, podcasts, cartes) 10K€ : appui à la signalétique ou accessibilité (ex : panneaux aux points de départ)

Indicateurs de suivi

Nombre de sites valorisés ; fréquentation des sites hors centre-ville ; évolution du taux de satisfaction des visiteurs ; part modale des mobilités douces associées, retombées pour les acteurs locaux.



Action D1.A3	Changer de cap !	Nouveauté
Encourager la découverte des sites touristiques via les mobilités douces		

Objectif

Réduire la dépendance à la voiture individuelle dans les pratiques touristiques au profit des mobilités durables (transports en commun, vélo, marche, covoiturage) et mettre l'accent sur l'expérience positive que vont vivre les visiteurs en laissant la voiture au parking.

Descriptif

Cette action vise à réduire l'usage de la voiture individuelle une fois sur place en rendant visibles, simples et attractives les alternatives de déplacement vers les sites touristiques de la métropole, notamment les plus excentrés.

L'approche repose sur une valorisation de l'expérience positive du déplacement doux (à pied, à vélo, en tram, en bus), intégrée dans les parcours de visite, la signalétique, les supports d'accueil, les plateformes numériques et les outils de médiation. Plutôt que de parler de "mobilité durable", il s'agit de raconter autrement la manière de rejoindre un lieu : en soulignant la qualité du chemin, la fluidité de l'intermodalité, le plaisir de la balade ou la simplicité d'un accès en transport en commun.

L'action comprend :

- **l'intégration systématique d'informations de trajet** (temps à pied, en vélo, ligne de bus, etc.) sur les supports de communication des sites : création d'une carte illustrée montrant clairement comment rejoindre les différents sites excentrés en transport en commun. Cette carte sera disponible en version digitale sur les sites partenaires et sur le site internet de l'Office de Tourisme. La création de cette carte sera prise en charge par Toulouse Team.
- **la création d'une signalétique visible et incitative**, incluant par exemple des pictogrammes aux arrêts de bus du centre-ville indiquant les grands sites excentrés (ex : un minotaure pour la Halle de la Machine), des mentions de temps de marche/vélo sur les parcours. La portée de cette signalétique sera amplifiée grâce à la mise en place de partenariats avec les sites, hébergeurs, équipements culturels et touristiques qui la relayeront auprès des visiteurs (accueil physique et supports numériques),
- **l'animation de temps de formation/sensibilisation auprès des accueillants** (office, hébergeurs, lieux culturels), pour leur donner des éléments de discours et des réflexes pratiques.

Des mesures complémentaires sont également envisagées :

- **actions de valorisation des comportements écoresponsables des visiteurs** (usage des mobilités douces, tri des déchets, nettoyage des canaux en kayak, participation à des actions locales...) par des avantages concrets (ex : réductions, accès gratuit à un site, cadeau de bienvenue). Ce dispositif pourrait être expérimenté avec un ou deux sites partenaires avant un éventuel déploiement élargi. Des réductions ou avantages pourraient également être proposés aux visiteurs arrivant par le train (ex. via l'application Railee ou autres dispositifs type "billet vert"). *Dispositif inspiré de la politique CopenPay de Copenhague.*

- **Incitation à l’usage des parkings-relais pour les automobilistes** à l’approche de Toulouse, avec signalétique traduite (anglais, espagnol) sur la rocade, aux péages et dans les applis (Waze, Google Maps), en lien avec Vinci Autoroutes.

Parties prenantes

Toulouse Team (pilote), Toulouse Métropole (mobilité, voirie, signalétique), acteurs de la mobilité (Tisséo, associations de promotion du vélo et de la marche (2 Pieds 2 Roues, Les Boîtes à Vélo, VélÔToulouse), sites et musées métropolitains (Piste des Géants, Cité de l’espace, Aéroscopia...), hébergeurs, MEETT, CCPB et DIAGORA.

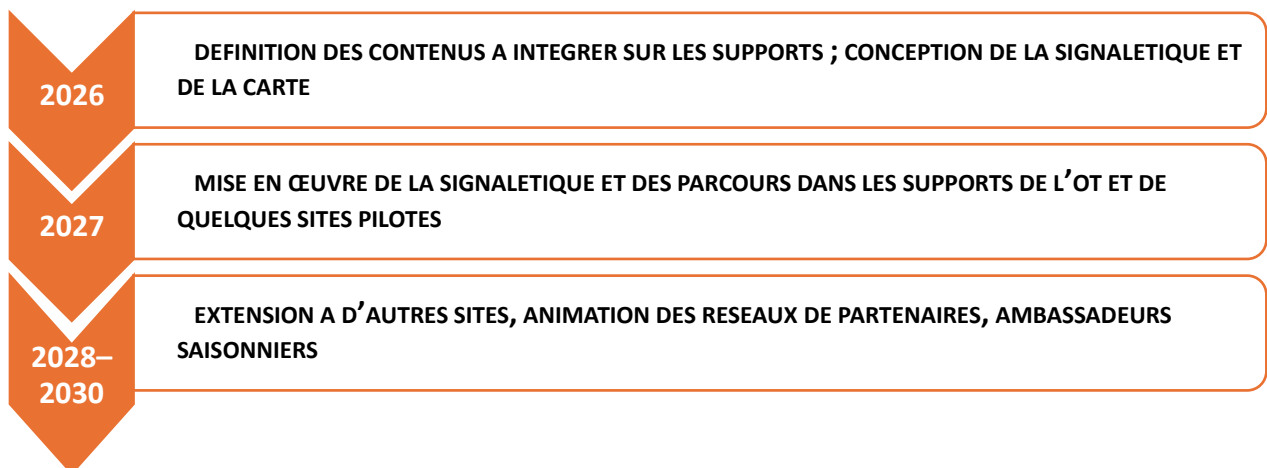


Une action en lien avec le Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne (2025-2030)



Cette action s’articule avec plusieurs actions du **Schéma de la Haute-Garonne** :

- **Action A.4 : Structurer la mise en tourisme des activités de pleine nature**, avec un effort commun de signalétique informationnelle et directionnelle (temps de parcours, pictogrammes, charte partagée).
- **Action A.5 : Sensibiliser à la préservation des écosystèmes**, au fil des parcours (faune, flore, patrimoine hydraulique – ex. Canal du Midi).
- **Action C.1 : Prendre en compte des besoins en infrastructures d’accueil mobile** (ex : création d’aires de camping-car), en cohérence avec le Schéma Directeur du Développement de l’Hébergement Marchand.

Calendrier



Moyens estimatifs

 <p>0.1 ETP</p>	<p>dédié à Toulouse Team (coordination, partenariats, production de contenus).</p>
 <p>10K€</p>	<p>10K€ : conception graphique des éléments signalétiques (carte, pictos, supports numériques et physiques),</p>

Indicateurs de suivi

Nombre de sites intégrant des informations alternatives de déplacement ; nombre de points de signalétique installés ; évolution de la part modale estimée ; évolution de la fréquentation des parkings-relais et des lignes Tisséo en lien avec les sites touristiques ; nombre de partenaires engagés dans les offres expérientielles ; retour qualitatif des usagers et des acteurs touristiques.



Défi n°2.

Faire de l'accueil un levier d'attractivité responsable et d'incarnation du territoire

L'expérience d'un territoire commence bien avant l'arrivée et se prolonge bien après le départ. Dans un contexte de transition écologique, de mutations sociales et d'intensification de la concurrence entre métropoles, l'accueil devient un levier stratégique pour incarner les valeurs d'un territoire, affirmer son engagement responsable et renforcer son attractivité auprès de toutes les clientèles : visiteurs (loisirs et affaires), talents ou investisseurs et filière étudiante.

Ce défi vise à faire de l'hospitalité toulousaine un marqueur d'exemplarité, en combinant écoute, qualité relationnelle, accessibilité, ancrage local et sobriété environnementale. L'idée est d'agir à la fois sur les conditions matérielles d'accueil (informations, outils numériques, signalétique), sur les postures professionnelles (formation, culture commune) et sur les dispositifs d'accompagnement des événements pour transformer chaque séjour en une expérience fluide et mémorable. Il s'agit également de s'appuyer sur la filière étudiante et son dynamisme pour nourrir le triptyque : enseignement / éducation, monde de l'entreprise et recherche et développement.

Toulouse Team se positionne ici comme animateur d'un écosystème de l'hospitalité durable, en lien étroit avec les socio-professionnels, les collectivités, les opérateurs de mobilité et les filières touristiques. Les actions proposées permettront ainsi de faire de chaque moment d'accueil une vitrine des engagements du territoire, au service d'une attractivité plus humaine et plus responsable.

Action D2.A1	L'accueil en partage	Amplification
Former les professionnels de l'accueil aux nouveaux codes de l'hospitalité responsable et proposer de nouveaux outils		

Objectifs

- Renforcer la qualité et la responsabilité de l'accueil dans les différents métiers de l'attractivité.
- Diffuser une culture commune de l'hospitalité responsable à l'échelle du territoire.
- Valoriser les métiers de l'accueil à travers une montée en compétences concrète et valorisante.

Descriptif

Cette action vise à poursuivre la dynamique de labellisation et un **programme de formation-action** à destination des professionnels de l'accueil touristique et événementiel (hôtellerie, congrès, équipements culturels...), axé sur :

- les nouveaux standards en matière d'accueil : qualité relationnelle, inclusion, écogestes, accessibilité,
- l'accueil interculturel et multilingue, notamment dans les événements internationaux,
- l'adoption d'une posture d'ambassadeur de la transition et du territoire avec un travail sur les messages, le ton, les recommandations locales.

Ce programme de formation-action suppose à la fois une **meilleure coordination des programmes de formation** avec la Région, le Département et une co-construction avec la CCI avec comme corolaire une **communication croisée entre les programmes proposés par les différents organismes** mais aussi un **travail de mobilisation des partenaires / socio-professionnels locaux pour les formations**. La **coordination se fera également dans le suivi des dossiers de labellisation pour que Toulouse Team soit associée lorsque les partenaires entament une démarche de labellisation**.

Ce programme est accompagné par la **mise à disposition d'outils partagés pour les professionnels** : fiches pratiques, éléments de langage, vidéos, kit d'affichage, cas pratiques, FAQ, etc.

La prise en compte des besoins des visiteurs et/ou partenaires doit se poursuivre grâce à une **utilisation plus systématique des outils existants** : Fairguest, l'outil d'analyse des avis en ligne, Matomo, questionnaires Retex...


Pour mesurer l'impact de nos actions de formation et corroborer les résultats observés sur les plateformes d'avis clients, des **audits mystère** pourront être systématisés sur les points d'entrée du territoire et sur les sites les plus fréquentés (musées, sites de visite, sites événementiels, commerces et restaurants "touristiques"...) par nos cibles. Pour réaliser ces audits, Toulouse Team fera appel aux étudiants des instituts de formation partenaires de l'agence mais également à son personnel. Les résultats de ces visites mystère permettront, dans une logique d'amélioration continue, d'adapter les programmes de formation pour les années suivantes.

L'action transversale 2 (création d'un observatoire de l'attractivité durable) doit intégrer les indicateurs de "qualité d'expérience" pour être en capacité d'agir en collaboration avec les services de Toulouse

Métropole sur les irritants, les points noirs de l'expérience visiteurs à Toulouse. Cette analyse de l'expérience client doit faire l'objet d'un échange régulier avec les services de Toulouse Métropole et avec les professionnels via le conseil consultatif.

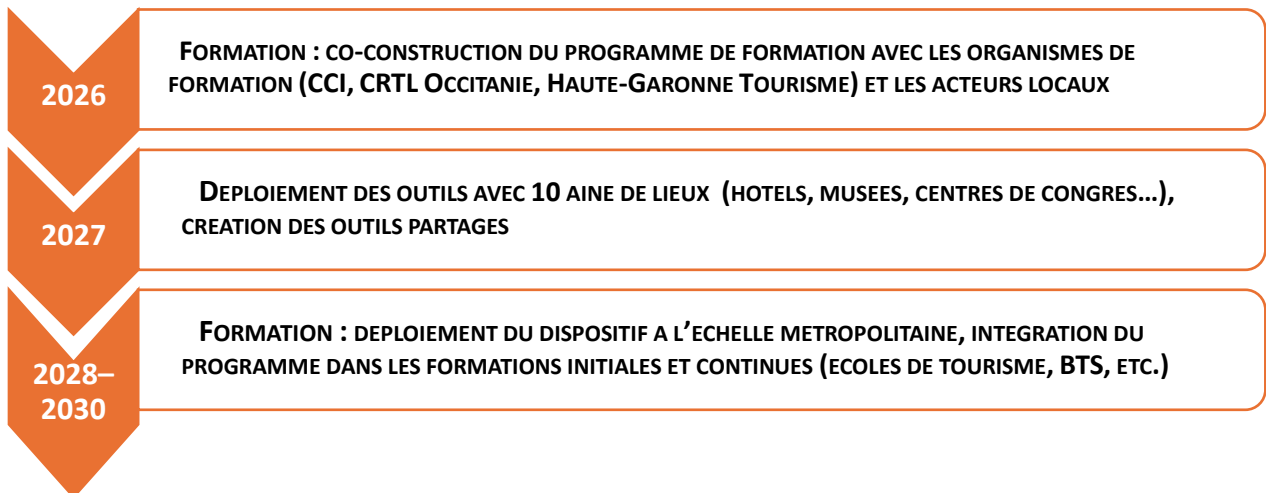
Parties prenantes

Toulouse Team (pilote), CCI Toulouse Haute-Garonne, Atout France, CRT Occitanie, Haute-Garonne Tourisme, agences événementielles, hôteliers, lieux de congrès, musées et sites culturels, agences de formation continue, associations (accessibilité, inclusion, tourisme solidaire), MEETT, Diagora.



 **Une action en lien avec le Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne (2025-2030)**

Cette action fait écho à l'action B.2 du Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne, qui vise à **inciter les entreprises et structures touristiques à intégrer les enjeux de RSE**. Elle apporte une traduction opérationnelle de cette ambition, en outillant les professionnels de l'accueil sur leurs pratiques quotidiennes (relation, accessibilité, éco-gestes...) et en développant un socle commun de compétences favorisant la montée en qualité de l'hospitalité sur tout le territoire. Elle permet également d'aligner les efforts de Toulouse Métropole avec ceux du Département, dans une logique de convergence des standards de l'accueil durable.

Calendrier



Moyens estimatifs

 0.1 ETP	Coordination, suivi, animation réseau, avec appui ponctuel d'un réseau de formateurs (consultants, enseignants, experts accessibilité / tourisme durable)
 10 K€	Animation d'ateliers et intervention des formateurs externes (x10 sessions)

Indicateurs de suivi

Nombre de professionnels formés ; nombre de structures partenaires impliquées ; taux de satisfaction des participants ; intégration du programme dans les cursus de formation initiale (BTS, universités...).

Action D2.A2	“Welcome Pack Toulouse”	Amplification
Un outil numérique personnalisé pour une hospitalité augmentée		

Objectif

- Fluidifier et enrichir l’expérience d’accueil sur l’ensemble du territoire.
- Diffuser les valeurs et engagements responsables du territoire auprès des visiteurs.
- Réduire la concentration des flux en incitant à découvrir de nouveaux lieux accessibles en modes doux.
- Valoriser les partenaires engagés dans une hospitalité durable.

Descriptif

Cette action vise à concevoir un outil numérique intelligent, multilingue et personnalisable, destiné à améliorer l’expérience d’accueil des visiteurs sur le territoire de Toulouse Métropole, qu’ils soient touristes ou participants à un événement.

• Contenu

Inspiré des outils d’assistance numérique, ce “Welcome Pack” aura comme vocation :

- d’orienter vers des expériences de proximité (balades à pied ou à vélo, activités locales, événements, commerces de quartier…) et vers des bons plans responsables (circuits courts, gestes durables, offres combinées transport + visite) ;
- d’améliorer l’accueil dans les zones moins visibles (communes périphériques, nouveaux lieux, initiatives locales), en lien avec l’action D1.A2 ;
- de sensibiliser les visiteurs aux engagements durables de la destination, de manière bienveillante et incitative.

• Forme

L’outil envisagé pourrait prendre différents aspects :

- Soit à partir de **l’internet de séjour** déjà déployé chez Toulouse Team et l’enrichir pour coller davantage aux contenus cités ci-dessus ;
- Soit par le déploiement de **bornes numériques** (actuellement en cours au MEETT) ou dans les sites en périphérie (aéroport, Piste des Géants, Manatour, Cité de l’espace) ;
- Soit par l’intégration d’une **solution d’affichage dynamique** sur les écrans des hébergeurs (hôtels, résidences…) et lieux d’accueil du public (musées, lieux de congrès, mairies de quartier…) comme celle déployée à l’occasion de la Coupe du Monde de rugby 2023 (via le prestataire Cenareo).

Parties prenantes

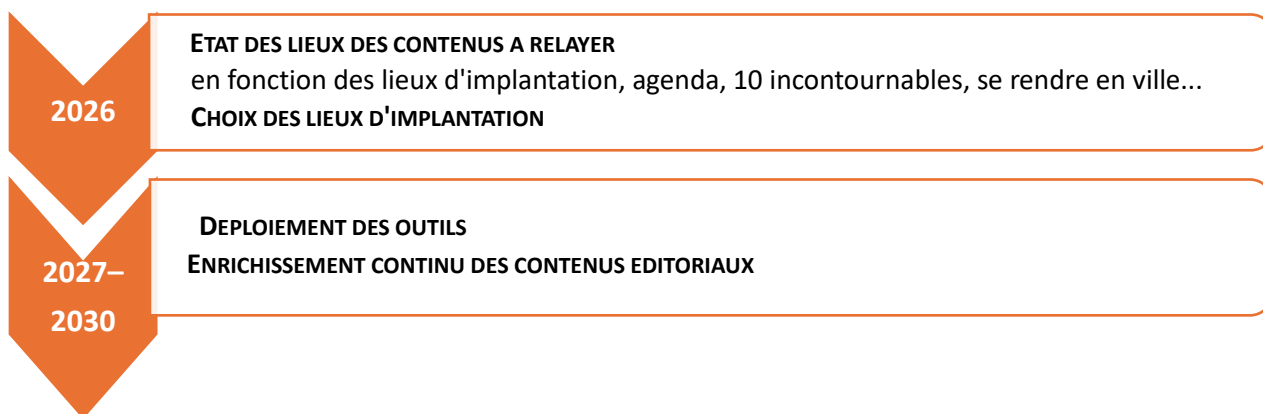
Toulouse Team, CRT Occitanie, Département, hébergeurs, sites culturels, Mairie et communes périphériques, Tisséo, Université Toulouse (sciences humaines, UX, linguistique), CCIT Toulouse, associations (accessibilité, inclusion, mobilité douce), MEETT.





Une action en lien avec le Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne (2025-2030)

Cette action s’inscrit en continuité avec l’action B.3 du Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne, qui vise à **développer un tourisme pour tous les profils de visiteurs**. Le Welcome Pack propose une réponse innovante à cet objectif, en mêlant **technologie, personnalisation et responsabilité**.

Calendrier



Moyens estimatifs

 0.1 ETP	Rédaction des contenus, recherche des solutions et outils adaptés (cahier des charges), commande, suivi des implantations des outils numériques
 5K€	Achat, installation et maintenance de la solution ou des outils numériques

Indicateurs de suivi

Nombre d’outils implémentés, consultations des pages, taux de satisfaction des utilisateurs.

Action D2.A3	S'adapter : un impératif !	Amplification
Pour maintenir son attractivité, la destination Toulouse doit adapter ses offres lors des périodes de forte chaleur et participer au programme de rafraîchissement du centre-ville		

Objectifs

- Participer la réflexion et la définition de mesures de “rafraîchissement” de Toulouse aux côtés de la Métropole et des services, avec des mesures spécifiques sur la période estivale.
- Adapter son offre de services, notamment les visites guidées, aux conditions climatiques et définir des protocoles précis en cas d’alerte orange ou rouge canicule.
- Mobiliser l’ensemble des partenaires touristiques locaux dans cette réflexion et cette évolution des offres pour que Toulouse, dans sa globalité, reste une destination attractive en été.
- Développer encore les points d’eau et les activités fluviales et aquatique.

Descriptif

Toulouse subit et va subir de plus en plus fréquemment des vagues de chaleur et des phénomènes climatiques extrêmes qui vont impacter directement son attractivité économique et touristique. Pour que Toulouse reste une destination “visitable” en été et vivable pour ses habitants, des solutions doivent être trouvées pour diminuer les “îlots de chaleur” propres aux centres urbains et pour offrir des refuges aux habitants et aux visiteurs lors des périodes de canicule. Les activités touristiques doivent s’adapter à cette réalité, notamment en modifiant leurs horaires ou leur localisation.

Toulouse Team doit participer activement au projet “Rafraichissons Toulouse” et aux mesures de transition initiées par Toulouse Métropole. Elle doit être associée à la définition et à la mise en œuvre des actions de ce plan et s’assurer que les besoins des visiteurs exogènes soient aussi pris en compte dans ce plan d’actions. A titre d’exemple, la mise en place d’ombrières doit permettre la déambulation dans les quartiers historiques de Toulouse dans des conditions propices à la visite.

Toulouse Team adapte ses horaires de visité guidée depuis deux ans pour éviter aux mois de juillet et août les heures les plus chaudes de la journée. Les tracés des visites sont également adaptés en fonction des conditions climatiques. Cette adaptation doit aller plus loin en définissant des protocoles précis permettant d’agir rapidement en cas de phénomène climatique extrême. Les conditions générales de vente incluant les conditions d’annulation seront également revues.

Cette réflexion doit être étendue à l’ensemble des prestataires touristiques et aux sites de visite pour avoir une dynamique collective sur ces sujets. Les changements d’horaires d’ouverture des musées et des sites, la mise en place “d’horaires nocturnes”, le déplacement de certaines visites vers des zones plus ombragées ou en intérieur sont de possibles solutions à développer avec les acteurs touristiques locaux.

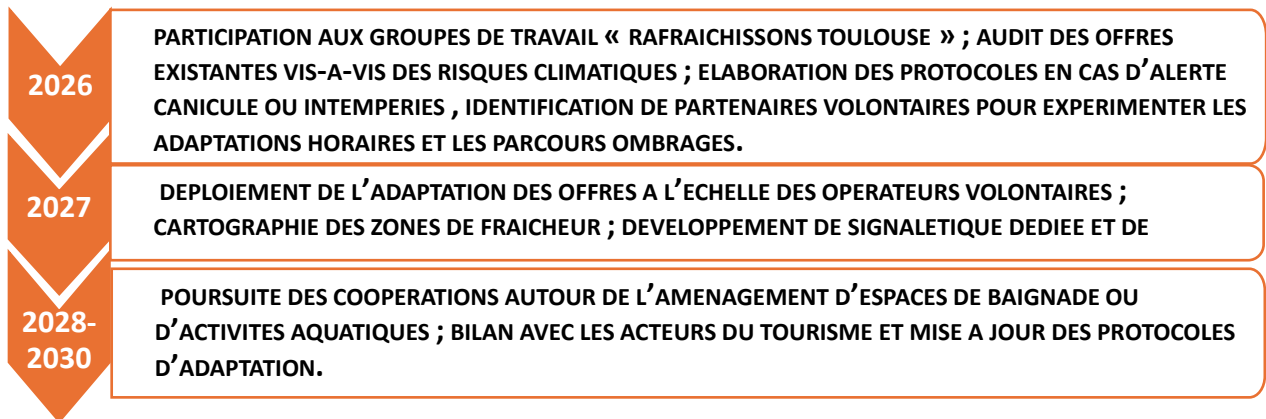
La réflexion doit prendre en compte les épisodes caniculaires mais aussi les autres événements climatiques extrêmes comme les tempêtes et les périodes de très fortes pluies pouvant générer des crues importantes en centre-ville.

Les activités autour du fleuve Garonne se sont certes beaucoup développées ces dernières années. Reste aujourd’hui à offrir plus de points de baignade et de rafraichissement pour les touristes et les habitants sur la métropole. La demande est de plus en plus forte sur les mois d’été et les points de baignade sont insuffisants. Toulouse Team doit participer à la réflexion et à la mise en place de solutions innovantes sur ce sujet des activités aquatiques et de baignade.


Parties prenantes

Toulouse Team Toulouse Métropole, CRT Occitanie, CCIT Toulouse, MEETT, CC Pierre-Baudis, Diagora, hôtels, restaurateurs, commerçants, lieux culturels et sportifs, gestionnaires de transports (Tisséo, SNCF, aéroport), agences événementielles.

Calendrier




Moyens estimatifs

 0,2 ETP	Pour Toulouse Team
---	--------------------

Indicateurs de suivi

Nombre de sites et de partenaires ayant adapté leurs horaires ou parcours selon les conditions météo ; nombre de visiteurs ayant bénéficié de ces offres adaptées (visites ombragées, horaires décalés...) ; taux d’appropriation des protocoles d’alerte par les professionnels touristiques ; évolution du nombre de points de baignade et d’activités fluviales accessibles dans la métropole.

Action D2.A4	Laisser une empreinte positive !	
Renforcer l'impact des évènements professionnels sur le territoire		

Objectifs

- **Mesurer les retombées économiques et d'image sur l'ensemble du territoire et capitaliser dessus.**
- **Fidéliser le public professionnel en incitant au retour pour des séjours loisirs.**

Descriptif

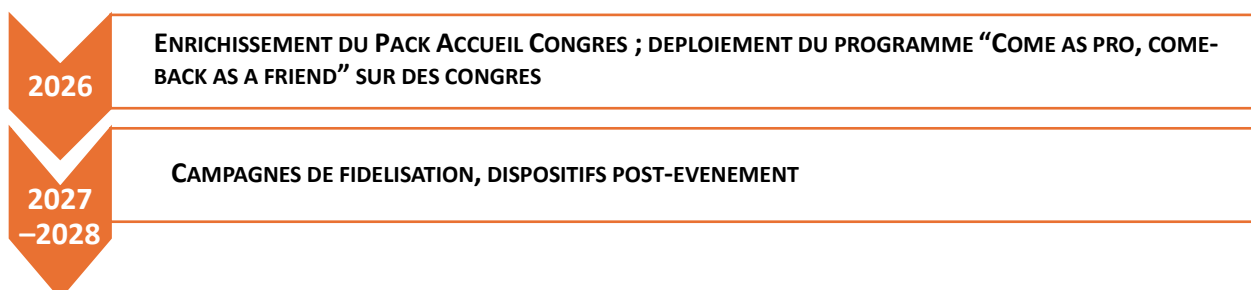
Cette action vise à structurer et renforcer un dispositif global d'accueil et de valorisation des congrès et grands événements professionnels existants pour renforcer l'attractivité, les retombées locales et la qualité perçue de l'expérience toulousaine par les participants. Elle s'appuie sur trois piliers :

1. Un **"Pack Accueil Congrès"** (Welcome Pack+) enrichi à chaque manifestation majeure, comprenant des contenus personnalisés selon le type d'événement, les publics attendus, les lieux de séjour et les recommandations locales (mobilités, commerces, offres culturelles, événements satellites, etc.).
2. Une **mobilisation des acteurs locaux** (hébergeurs, commerçants, restaurateurs, lieux culturels...) autour d'un accueil renforcé du public professionnel, à travers la mise en réseau, la diffusion d'éléments de langage, l'animation de vitrines ou menus événementiels, etc.
3. Le **déploiement d'un programme de fidélisation "Come as pro, come-back as a friend"**, visant à transformer les congressistes en ambassadeurs et futurs visiteurs de loisirs, par des campagnes post-événement, des offres de retour (week-ends prolongés, bons plans familiaux) et des mécaniques de parrainage.



Parties prenantes

Toulouse Team Toulouse Métropole, CRT Occitanie, CCIT Toulouse, MEETT, CC Pierre-Baudis, Diagora, hôtels, restaurateurs, commerçants, lieux culturels et sportifs, gestionnaires de transports (Tisséo, SNCF, aéroport), agences événementielles.

Calendrier

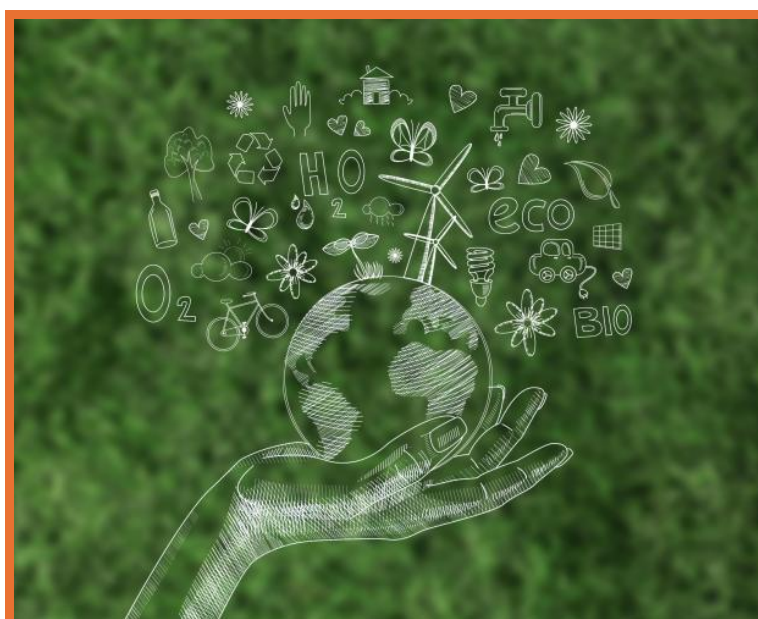


Moyens estimatifs

 0.3 ETP	
 25K€	Pack accueil congrès enrichi, programme de fidélisation “Come as pro, come-back as a friend” et campagnes associées

Indicateurs de suivi

Nombre de congrès et événements couverts par le Pack Accueil Congrès ; nombre de partenaires mobilisés dans le dispositif d'accueil ; taux de retour estimé ou suivi des visites post-congrès ; engagement des entreprises et institutions dans les offres de fidélisation.



Défi n°3. Rendre l'attractivité plus équitable et inclusive

L'attractivité ne peut se limiter à séduire de nouveaux publics : elle doit aussi bénéficier à toutes et tous, sur l'ensemble du territoire métropolitain. Aujourd'hui, des inégalités d'accès à l'offre touristique, culturelle, économique ou résidentielle freinent l'adhésion des habitants et accentuent les fractures sociales et territoriales. Ce défi invite à penser une attractivité plus juste, qui valorise tous les quartiers, soutient les initiatives locales et accompagne les parcours de celles et ceux qui sont souvent invisibilisés.

Il s'agit de renforcer l'inclusion par l'emploi, en mobilisant les filières de l'attractivité comme leviers d'insertion, mais aussi d'élargir l'accès aux événements et aux ressources du territoire. Enfin, ce défi reconnaît la parole des métropolitains comme un levier essentiel pour faire évoluer les politiques d'attractivité, en inscrivant l'expérience vécue au cœur des choix publics. Toulouse Team se positionne ici comme catalyseur d'initiatives solidaires, en lien avec les acteurs sociaux, culturels, économiques et citoyens.

Action D3.A1	Mettre en relation les entreprises locales de l'ESS avec nos "clients"	Amplification
Connecter les acteurs économiques aux forces sociales du territoire (mise en avant du rôle de catalyseur de TT)		

Objectifs

- Pour les publics éloignés du marché du travail, favoriser l'accès à l'emploi auprès des clients de l'agence (entreprises implantées, organisateurs d'événements, professionnels du tourisme, entreprises liées au bureau des tournages).
- Connecter les acteurs de l'ESS à nos métiers de l'attractivité.
- Mieux faire connaître ces métiers et leur potentiel d'insertion.

Descriptif

Cette action vise à mobiliser les filières de l'attractivité (tourisme, événementiel, accueil, tournages...) comme leviers d'insertion professionnelle pour les publics éloignés de l'emploi. Toulouse Team, en lien avec les acteurs de l'emploi, de la formation et de l'insertion, pilotera un dispositif de coordination destiné à faciliter l'accès à ces métiers :

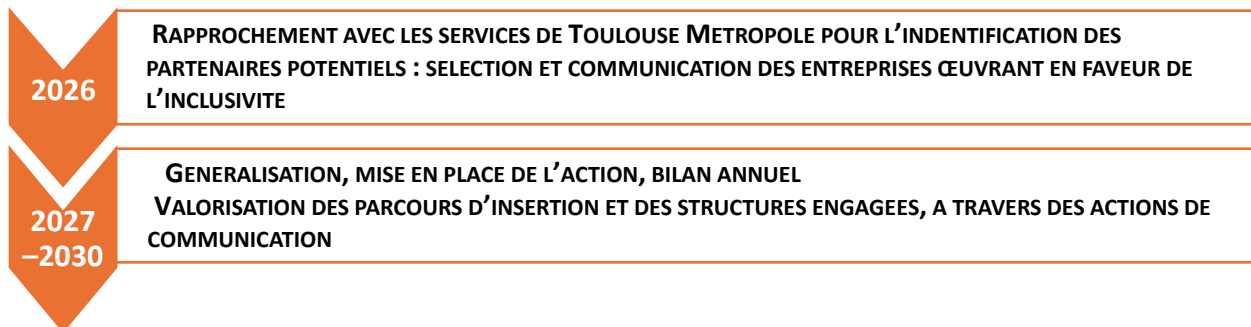
- **rapprochement entre entreprises de la filière et structures d'insertion ou de formation** (IUT, écoles, centres de formation d'apprentis, missions locales, Plan local pour l'insertion et l'emploi, entreprises locales spécialisées...) **et associations issues de l'économie sociale et solidaire** : sélectionner, en coordination avec les Services de la Métropole, des associations œuvrant en faveur de l'inclusivité et des entreprises issues de l'ESS, validées en amont par les équipes de Toulouse Team en fonction des besoins de nos "clients".
- **valorisation des parcours d'insertion et des structures engagées, à travers des actions de communication.**

L'enjeu est de renforcer l'ancrage local de la filière en agissant sur l'emploi inclusif, la reconnaissance de nouveaux talents et l'appropriation de l'attractivité par l'ensemble des habitants.


Parties prenantes

Toulouse Team (accompagnement), Toulouse Métropole (pilotage) (emploi, insertion), CCIT, Direccte, Pôle Emploi, Missions locales, PLIE, structures d'insertion par l'activité économique (SIAE), agences événementielles, CFA, établissements de formation.

Calendrier




Moyens estimatifs

 <p>0.1 ETP</p>	<p>Coordination, animation de réseau, lien avec les entreprises.</p>
---	--

Indicateurs de suivi

Nombre de bénéficiaires (= entreprises) accompagnés ; nombre d'entreprises partenaires mobilisées ; niveau de satisfaction des entreprises.



Action D3.A2	"Destination pour tous"	
Faire du label « Destination pour tous » un levier de mobilisation pour l'ensemble de la filière		

Objectifs

- Développer l'offre d'activités à destination des publics en situation de handicap (PSH).
- Mobiliser les partenaires pour adapter leur stratégie d'accueil et leurs offres aux PSH.
- Poursuivre la programmation de visites guidées au profit des personnes en situation de handicap proposées par Toulouse Team (office de tourisme) et les inscrire dans la durée.
- Optimiser et enrichir le site adapté pour développer la fréquentation et mieux faire connaître l'offre adaptée disponible à Toulouse.



Descriptif

En tant que destination pour tous, la destination Toulouse et son office de tourisme se doivent de développer des activités adaptées à tous publics, notamment aux personnes en situation de handicap. Toulouse Team souhaite également mobiliser l'ensemble de ses partenaires pour aller au-delà des obligations légales dans les actions d'accueil.

Les actions menées par l'Office de Tourisme actuellement seront poursuivies et pour certaines amplifiées :

1/ Dans la programmation trimestrielle de **visites guidées** à destination du grand public, Toulouse Team propose chaque trimestre des visites accessibles à tous. Les visites sont proposées au même tarif que le reste du programme, y compris quand elles sont traduites en LSF. Le coût de la traduction est pris en charge par Toulouse Team. Les jauges sont plus réduites pour permettre de bien répondre aux besoins des clients. L'équipe de guides conférenciers a été formée aux différentes formes de handicap et à l'adaptation des visites guidées.

Des focus particuliers seront faits sur le handicap moteur et le handicap auditif. 2 réunions pourront être organisées chaque année avec la collaboration du pôle handicap et des associations locales pour récolter les besoins et mettre à jour le programme d'actions.

2/ Afin de garantir une information fiable recensant les établissements labellisés Tourisme et Handicap, l'office de tourisme a un **site entièrement** dédié – Toulouse, destination pour tous – qui devra être mieux valorisé.

Pour mobiliser les partenaires dans le secteur du tourisme de loisirs et du tourisme d'affaires, la collaboration avec le Comité Départemental du Tourisme doit être renforcée car c'est à lui qu'incombe la mission de labelliser les partenaires et d'animer le réseau des labellisés "Tourisme & Handicap". Un atelier sera organisé chaque année pour partager les bonnes pratiques et les idées inspirantes des partenaires qui ont lancé des initiatives dépassant le cadre légal. Pour préparer cet atelier, un questionnaire annuel sera envoyé aux partenaires pour faire l'état des lieux à la fois des actions mises en place mais aussi de la demande : quels sont les publics utilisateurs des aménagements ? Quels sont les points manquants ? Qu'est-ce qui peut être mise en place pour faciliter le "parcours client".

Parties prenantes

Toulouse Team, le pôle handicap de la Mairie de Toulouse et avec les acteurs touristiques locaux.

Calendrier

2026-
2030

**PROMOTION DU SITE INTERNET
PROGRAMMATION ETOFFEE DE VISITES ADAPTEES AUX PUBLICS EN SITUATION DE HANDICAP**

Indicateurs de suivi

Nombre de visiteurs sur le site.

Moyens estimatifs



0.1 ETP

Responsable du Tourisme et Handicap au sein de Toulouse Team



Action D3.A3	“Bâtir des passerelles”	Amplification
Pérenniser les actions au profit des publics défavorisés en formalisant notre collaboration avec les associations locales		

Objectifs

- Poursuivre les actions déjà engagées par Toulouse Team visant à donner accès à la culture et au patrimoine et de manière plus large à la découverte de la ville à différents types de public aujourd’hui exclus pour des raisons économiques ou culturelles.
- Formaliser les collaborations avec les associations pour rendre ces partenariats visibles et les pérenniser.
- Se fixer des objectifs et des indicateurs à intégrer dans le rapport d’activité.

Descriptif

Cette action vise à renforcer et à **formaliser la collaboration de Toulouse Team avec les associations locales** pour pérenniser et rendre visibles des initiatives lancées ces dernières années et à **étouffer les actions / programmation en faveurs des publics défavorisés**.

Ces actions prennent la forme suivante.

1. Visites guidées à destination des publics en situation d’exclusion

Ce travail programmatique sera assuré en collaboration avec les associations qui travaillent avec des personnes en situation d’exclusion, un public en grande difficulté, qui pour certains ne parlent pas français. Le travail d’organisation et de récolte des besoins se fera avec les éducateurs de chaque association. Ce partenariat sera formalisé dans la nouvelle convention qui liera Toulouse Team à la Mairie et qui doit être réécrite fin 2025.

2. Places offertes dans nos visites guidées programmées

Toulouse Team propose également des gratuités sur la programmation de visites guidées à destination d’associations avec des publics en situation de pauvreté ou exclusion, avec une bonne maîtrise de la langue française.

Le nombre de places est actuellement fixé à 60 places par an pour l’ensemble des associations Chaque association (« *Les petits frères des pauvres* », « *Cultures du Cœur* » et association « *Le Refuge* ») disposant d’un quota de places annuelles. Elle les utilise selon ses besoins, chaque trimestre. Ce dispositif doit être maintenu et éventuellement étendu en 2027.

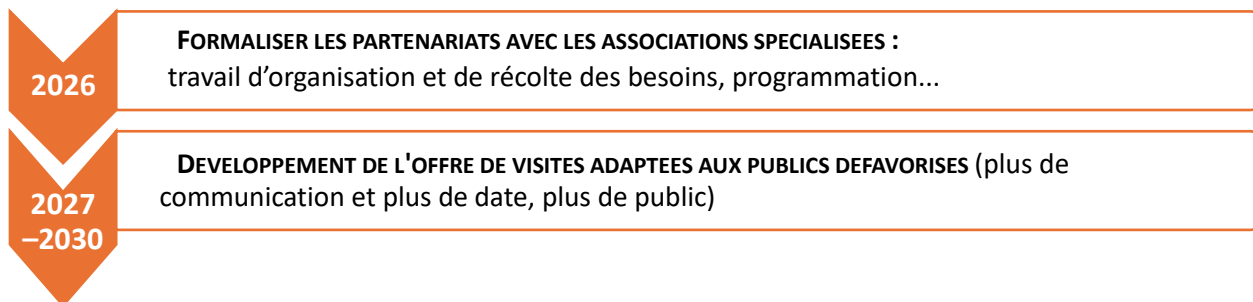
3. Collaboration avec Toulouse Plages

Si l’office de tourisme propose déjà, dans le cadre de cet événement, des visites guidées gratuites à destination des adultes (« Rive gauche, de la prairie des Filtres au Bazacle ») et à destination des familles (« Curieuse visite, de la prairie des Filtres à l’hôtel d’Assézat »), il est prévu de poursuivre l’action et de l’inscrire définitivement dans la durée.


4. Participation au forum des métiers de l'éducation prioritaire

Toulouse Team (office de tourisme) participe depuis 2022 au forum des métiers de l'éducation prioritaire, co-organisé par JOB IRL. L'objectif est de faire découvrir aux jeunes de quartiers sensibles des métiers du tourisme et de leur permettre de rencontrer des professionnels. Cette action doit être étendue à tous les métiers de Toulouse Team et doit également être l'occasion d'une mobilisation des partenaires de l'agence dans les prochaines années.

Calendrier



Moyens estimatifs

 <p>0.1 ETP</p>	<p>Responsable du service réceptif</p>
--	--

Indicateurs de suivi

Nombre de personnes accompagnées, nombre de visites réalisées.



Action D3.A4	“Pacte formation”	
Favoriser l’intégration des apprenants		

Objectifs

- Offrir aux publics en insertion ou en formation une première expérience concrète dans le secteur audiovisuel.
- Valoriser l’impact local des tournages en favorisant leur dimension inclusive et pédagogique.
- Renforcer l’attractivité de la filière en diversifiant les profils et en révélant de nouveaux talents.
- Favoriser les bonnes pratiques lors de l’emploi d’apprenants.
- Ajouter dans la Convention du Fonds de Soutien « Tournage », le pacte formation.
- Généraliser l’intégration de stages ou de Présence de Mise en Situation en Milieu Professionnel (PMSMP) dans toutes les productions soutenues par Toulouse Team / la Métropole / la Région. Un “pacte formation” serait intégré dans les conventions, avec l’aide de France Travail, des écoles et des structures d’insertion locales.

Descriptif

Cette action vise à structurer un dispositif systématique d’intégration de stagiaires ou de personnes en immersion (PMSMP) dans les productions audiovisuelles soutenues par les collectivités (Métropole, Région, Toulouse Team).

En complément des engagements déjà pris par certaines productions, un **“Pacte formation”** serait intégré dans les conventions de soutien, Ce pacte permettrait :

- l’accueil de stagiaires ou PMSMP par production,
- un cadre précis encadrant le rôle, la durée, l’indemnisation et l’accompagnement pédagogique du stagiaire,
- la priorisation des publics éloignés de l’emploi / issus des quartiers prioritaires de la politique de la Ville (cf.D3 A1),
- un travail de connexion et médiation avec les écoles, CFA, structures d’insertion et France Travail pour identifier les profils et faciliter les mises en relation.



Parties prenantes

Toulouse Team (pilotage), Toulouse Métropole, Région, France Travail, écoles de cinéma/audiovisuel, Université, CFA, missions locales, structures d’insertion, producteurs, prestataires techniques, associations professionnelles.

Calendrier

2026	ELABORATION DU "PACTE STAGIAIRE", DEFINITION DES CRITERES (NOMBRE, DUREE, PUBLICS, INDEMNISATION...)
2027	INTEGRATION DU PACTE DANS LES CONVENTIONS DE FINANCEMENT
2028-2030	GENERALISATION DU DISPOSITIF A L'ENSEMBLE DES TOURNAGES SOUTENUS, SUIVI QUALITATIF ET QUANTITATIF DES PARCOURS, EVALUATION ET AJUSTEMENTS

Moyens estimatifs

 0.2 ETP	
 5K€	Pour les outils de mise en relation, les supports de communication, l'organisation d'ateliers de mise en réseau (producteurs / structures de formation / insertion).

Indicateurs de suivi

Nombre de stagiaires accueillis chaque année ; répartition géographique et sociale des profils ; nombre de productions engagées dans le pacte ; taux de satisfaction des structures et des stagiaires ; poursuites de parcours post-stage (formation, emploi...).



Défi n°4.

Créer de la richesse sur le territoire en limitant les externalités négatives

À l'heure où l'attractivité territoriale ne peut plus se penser indépendamment de ses impacts environnementaux et sociaux, Toulouse Team entend promouvoir une approche plus durable du développement économique et touristique.

La stratégie de promotion visant à développer le tourisme de loisirs s'appuie sur les atouts de territoire et notamment sur l'art de vivre de la destination Toulouse. Elle reprend aussi les thématiques phares du territoire valorisées au niveau métropolitain :

- Toulouse, Ville des Musiques dont l'excellence et la singularité sont désormais reconnues par l'UNESCO.
- Toulouse, capitale sportive, avec ses clubs reconnus internationalement et sa capacité à accueillir de grands événements sportifs.
- Toulouse, capitale scientifique, destination prisée des amoureux de l'aventure aéronautique et aérospatiale et plus largement de l'exploration scientifique.

Ce sont sur ces piliers que Toulouse Team construit son positionnement pour promouvoir Toulouse au niveau national et international.

Ce défi vise donc à maximiser les retombées locales tout en limitant les effets négatifs liés aux mobilités, aux consommations de ressources ou à la spéculation foncière. Il s'agit d'encourager les clientèles, événements et entreprises à plus forte valeur ajoutée territoriale, de favoriser des implantations utiles et équilibrées, et d'ouvrir la voie à des modèles de contribution positive au territoire.

En lien étroit avec les ambitions climatiques, sociales et économiques de Toulouse Métropole, Toulouse Team assume ici son rôle moteur, en orientant ses actions de prospection, de promotion et d'accompagnement vers une attractivité bénéfique pour l'ensemble du territoire.

Action D4.A1	Toulouse, destination bas carbone	
Structurer une offre écoresponsable pour les événements professionnels et les acteurs du tourisme de loisirs		

Objectifs

- **Positionner Toulouse comme une destination pour les événements professionnels bas carbone à l'échelle européenne d'ici 2030, en accompagnant les organisateurs et participants soucieux des enjeux environnementaux.**
- **Différencier l'offre MICE toulousaine à l'international.**



Descriptif

L'atteinte de ces objectifs suppose de mobiliser l'écosystème local (lieux, prestataires, hébergeurs, transports, restauration) vers des standards durables pour réduire de manière mesurable l'empreinte carbone des événements. L'action comprend :

- **Renforcement de l'offre d'accompagnement :**
 - o Formaliser un "Pack Événement Bas Carbone" : diagnostic gratuit d'impact, checklist RSE, livrables de communication pour les organisateurs.
 - o Renforcer la visibilité et l'utilisation du Guide des événements écoresponsables existant.
 - o Mettre en place une cellule conseil interne au Convention Bureau pour l'accompagnement personnalisé.
- **Formation & sensibilisation :** continuer les ateliers pratiques / retour d'expérience pour les organisateurs, lieux d'accueil et prestataires (éco-conception, éco-communication, calcul d'impact carbone) et acculturation auprès des hôteliers, restaurateurs, agences, traiteurs et transporteurs.


Cette sensibilisation concernera également **les acteurs du tourisme de loisirs dans les démarches de certification et de labellisation.**

- **Digitalisation & mesure :**
 - o Intégrer une solution de calcul simplifié de l'empreinte carbone des événements dans l'espace organisateurs du site meetings-toulouse.fr.
 - o Poursuivre la promotion de l'usage d'outils de gestion responsables (badges dématérialisés, applications zéro papier, plateformes de covoiturage, etc.) : guide durable.
 - o Nourrir la base de données partagée sur les bonnes pratiques locales (ex : recyclage, dons alimentaires, compensation carbone).
- **Certification & reconnaissance :** favoriser les démarches de certification ISO 20121 pour les acteurs majeurs de la filière événementielle de Toulouse Métropole. Inciter les acteurs de la filière loisirs à se labelliser "destination d'excellence" qui vient en remplacement de la marque Qualité Tourisme.

- **Mobilisation de l'écosystème** : animer un comité MICE durable réunissant les principaux acteurs locaux : lieux, agences, hébergeurs, transporteurs, start-ups de l'événementiel.
- **Mise en avant des partenaires engagés** en leur assurant un regain de visibilité sur les médias de Toulouse Team et lors des actions de communication menées par Toulouse Team.

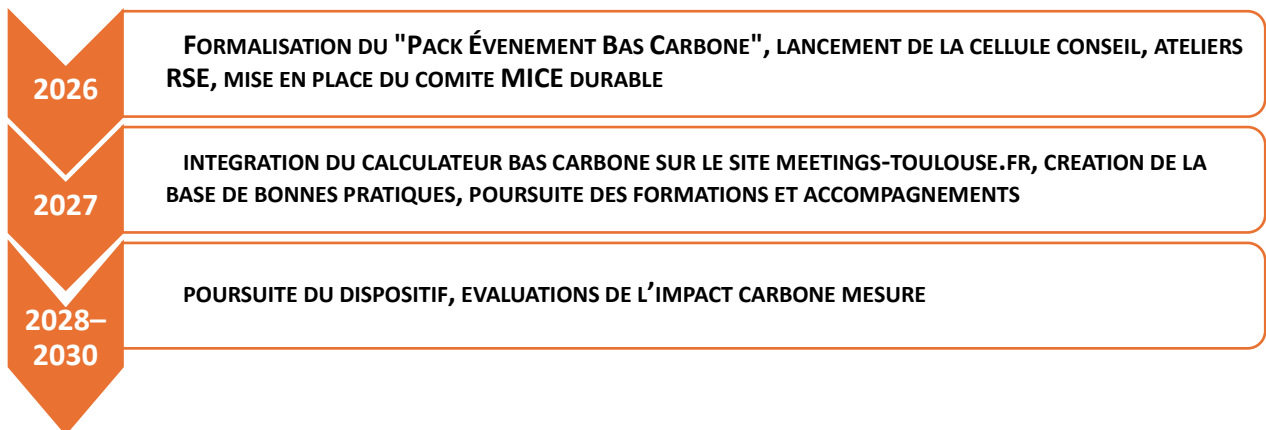
Parties prenantes

Toulouse Team Meetings (pilotage), Toulouse Métropole, ADEME Occitanie, CRT Occitanie, Département, agences événementielles locales, prestataires (MEETT, Diagora, traiteurs, ...), prestataires labellisés ISO 20121, acteurs de l'ESS, acteurs locaux.



 **Une action en lien avec le Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne (2025-2030)**

Cette action vient dans le prolongement de l'action B.2 du Schéma de la Haute-Garonne : **inciter les entreprises et structures touristiques aux enjeux de responsabilité sociétale et à entrer dans des démarches RSE.** Elle accompagne et engage les prestataires de la filière événementielle dans des démarches concrètes de responsabilité sociétale.

Calendrier



Moyens estimatifs

 0.2 ETP	Pilotage du dispositif, animation du comité, accompagnements organisateurs
 13K€	5K€ : calculateur carbone (en utilisant une solution existante)
	3K€ : conception et diffusion du pack d'accompagnement (graphisme)
	5K€ : logistique session de formation, comité MICE

Indicateurs de suivi

Nombre d'événements accompagnés chaque année ; pourcentage d'événements intégrant au moins 3 actions durables ; évolution du score carbone moyen des événements ; nombre d'acteurs formés/sensibilisés.

Action D4.A2	Cibler mieux	Amplification
Réorienter la promotion vers les clientèles à plus forte valeur locale et environnementale		

Objectifs

- Réduire les impacts environnementaux liés à l’attractivité.
- Accroître les retombées économiques locales des clientèles et projets accompagnés.
- Valoriser les entreprises et événements qui participent activement à la transition.
- Mutualiser les moyens de promotion dans un objectif de prolongement de la durée de séjour (contrat de destination)

Descriptif

Cette action vise à faire évoluer les stratégies de promotion et de prospection de Toulouse Team en cohérence avec les ambitions environnementales et sociales du territoire. Il s’agit de **concentrer les efforts marketing** sur :

- les **clientèles loisirs** à moindre empreinte (marchés européens et domestiques, séjours longs),
- les **organisateur d’événements à retombées locales significatives** (achats responsables, implication des acteurs locaux, lien avec les filières stratégiques du territoire), les entreprises exogènes en lien avec la feuille de route économique de Toulouse Métropole et à forte valeur ajoutée.

L’objectif est de passer d’une logique de volume à une logique de valeur, en intégrant les critères de sobriété, de durabilité et d’utilité territoriale dans le ciblage des clientèles, dans la communication territoriale et dans la sélection des projets accompagnés.

En cohérence avec les actions du défi 2, elle s’accompagnera d’un travail sur l’image de marque (cf. ImageTerr) de façon à positionner Toulouse comme une destination bas carbone.

L’action sera pensée de manière intégrée avec le Fonds Congrès de Toulouse Métropole, permettant un accompagnement renforcé des événements d’envergure, en cohérence avec les objectifs d’attractivité durable.

Parties prenantes

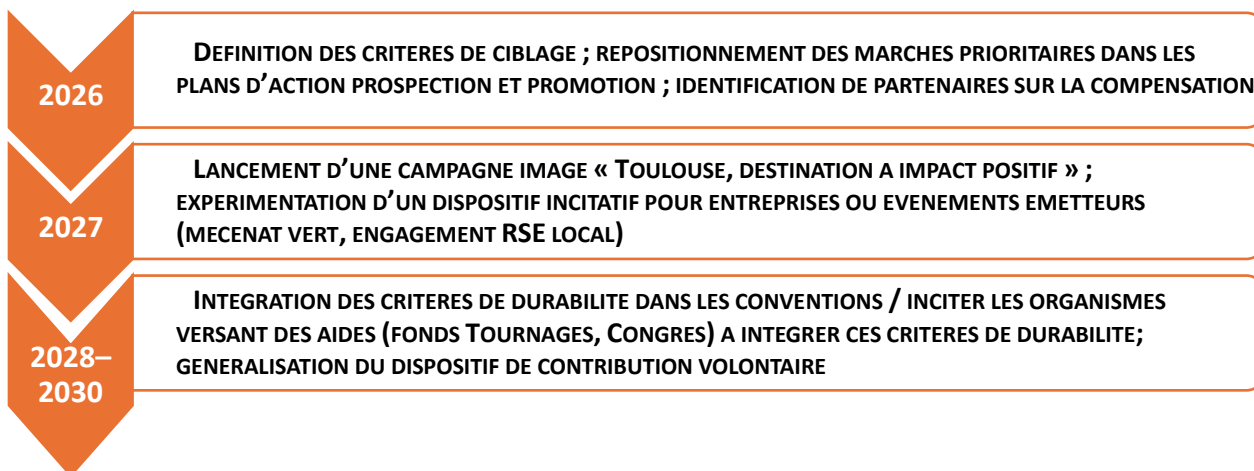
Toulouse Team (pilote), CRT Occitanie, AD’OCC, Département, Toulouse Métropole (environnement, développement économique, tourisme), OT, agences événementielles, acteurs de la compensation carbone, ADEME, filières locales (agriculture, ESS, culture), entreprises labellisées.




Une action en lien avec le Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne (2025-2030)

Cette action est directement en lien avec l’**action E.1 du Schéma de la Haute-Garonne** qui appelle à « redéfinir les grands axes de la stratégie marketing pour faire de la Haute-Garonne une destination durable », notamment en ciblant des clientèles responsables, en adoptant des critères environnementaux dans les communications et en valorisant les initiatives locales. L’approche de Toulouse Team vient prolonger cette stratégie à l’échelle métropolitaine en l’intégrant dans les logiques de prospection économique et événementielle, avec une attention accrue portée à la sobriété carbone et aux retombées locales.

Calendrier



Moyens estimatifs

 0 ETP	<p>Aucun moyen supplémentaire. Cette action entre dans le cadre des missions quotidiennes des collaborateurs de Toulouse Team.</p>
---	---

Indicateurs de suivi

Part des clientèles et événements « bas carbone » ; nombre de projets ou événements à retombées locales accompagnés.



Action D4.A3	Encadrer pour protéger	Nouveauté
Protéger le cadre de vie des habitants : encadrer le marché des meublés de tourisme pour préserver l’habitat et éviter les conflits d’usage		

Objectifs

- **Intégrer des données précises et fiables sur le marché des meublés de tourisme dans son observatoire de l’attractivité (AT 2). Ces données concernent à la fois le volume et la typologie de l’offre mais aussi des informations sur la demande : la durée de séjour, les typologies de clientèle, les motifs de séjour, la satisfaction, etc.**
- **Accompagner les services dans la définition et la mise en application du cadre réglementaire.**
- **Accompagner les professionnels (conciergeries) et les propriétaires particuliers à la fois dans l’accueil des visiteurs, dans la connaissance de la destination mais aussi dans la connaissance du cadre réglementaire.**

Descriptif

Les meublés de tourisme répondent à une demande croissante des voyageurs. Ils sont devenus une option incontournable dans toutes les destinations. Cette activité, si elle fait partie de l’économie touristique et contribue à l’attractivité d’une destination, peut constituer un risque d’éviction de l’habitat si elle n’est pas encadrée. De nombreuses destinations ont subi cette dérive qui a conduit à “vider” certains quartiers de leurs habitants et à changer radicalement la configuration sociale et économique de ces quartiers.

Toulouse doit se protéger contre ce type de dérive. Si cette croissance n’est pas mesurée avec précision et freinée, elle pourrait constituer une menace pour la disponibilité de l’habitat et pour le bien-être des habitants.

Il est donc essentiel de mieux connaître et de mieux encadrer le marché des meublés de tourisme à Toulouse.

Toulouse Team accompagne les services de Toulouse Métropole dans la mesure, l’analyse et la réglementation de cette activité. Elle accompagne également les services en assurant le lien avec les propriétaires de meublés et avec les associations en jouant son rôle de “courroie de transmission”.

Défi n°5. Améliorer l'impact des entreprises accueillies et ancrer leurs retombées localement

Accueillir de nouvelles entreprises est un levier puissant de développement économique et d'innovation pour le territoire. Mais à l'heure de la transition, il ne s'agit plus seulement d'attirer, il faut aussi mieux évaluer, orienter et accompagner ces implantations pour qu'elles créent de la valeur durable et locale. Ce défi vise à renforcer la cohérence entre attractivité économique et impact territorial, en dotant Toulouse Team et ses partenaires d'outils de mesure, d'animation et de coordination.

L'enjeu est double : guider les entreprises vers des pratiques plus vertueuses (achats locaux, emploi, inclusion, éco-responsabilité) et favoriser les coopérations avec les acteurs du territoire (chercheurs, formateurs, structures d'insertion, ESS...). En soutenant l'émergence de filières circulaires et d'un tissu économique engagé, Toulouse affirme un modèle d'attractivité aligné avec ses ambitions sociales et environnementales.

Action D5.A1	Impact Score	
Mieux accueillir et mieux faire progresser		

Objectifs

- Donner une boussole commune pour juger, suivre et valoriser l’impact territorial des entreprises implantées.
- Accompagner les moins avancées, et encourager celles qui portent des pratiques exemplaires à s’ancre durablement sur le territoire.

Descriptif

Mise en place d’un outil d’évaluation de l’impact territorial des entreprises accueillies dans la métropole. Ce “score” pourra être utilisé :

- **en amont** de l’implantation : grille de lecture pour orienter les décisions (foncier, accompagnement, communication),
- **en aval** : pour accompagner les entreprises implantées dans une logique de progression continue (suivi d’engagements, autoévaluation, mise en réseau d’entreprises responsables).

Le score sera la suite logique du questionnaire RSE existant, envoyé aux entreprises en cours d’accompagnement par Toulouse Team. Il se fondera sur des critères tels que : emploi local, achats de proximité, inclusion, empreinte carbone, lien avec l’écosystème local, pratiques de gouvernance. Il servira aussi à valoriser les plus vertueuses dans la communication institutionnelle.

Cette évaluation permettra également d’identifier les leviers de coopération entre entreprises et acteurs territoriaux pour enrichir la chaîne de valeur locale dans les filières stratégiques (aéronautique et spatial, santé, numérique, transition énergétique...), en renforçant les liens avec les laboratoires, universités, établissements de formation, structures d’insertion ou incubateurs.



Parties prenantes

Toulouse Team (pilote), Toulouse Métropole (économie, foncier), AD’OCC, CCI 31, l’AuAT, France Clusters, acteurs de l’ESS, France Travail.

Calendrier

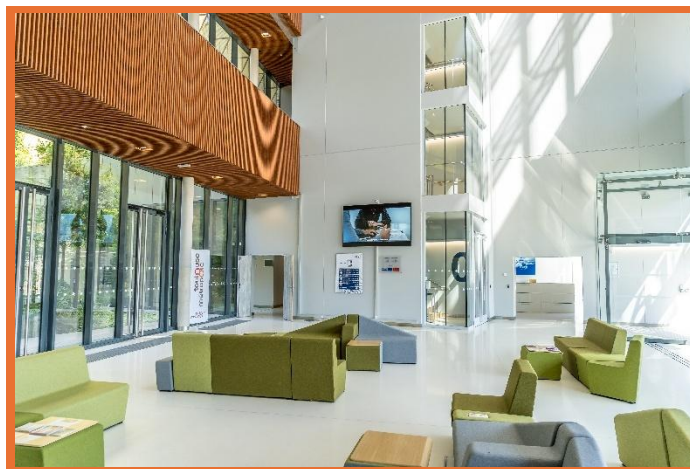


Moyens estimatifs

 <p>0,2 ETP</p>	<p>Coordination, appui aux entreprises, valorisation</p>
 <p>5K€</p>	<p>Accès à un dashboard de suivi collectif : cf. baromètre (action transversale 2)</p>

Indicateurs de suivi

Nombre d'entreprises évaluées ; intégration de l'outil dans les politiques d'accueil ; taux de satisfaction des entreprises ; rayonnement du dispositif ; évolution des scores d'une année sur l'autre.



Action D5.A2	Vers une économie circulaire	Nouveauté
Intégrer les actions menées par Toulouse Métropole autour de l'économie circulaire dans les métiers de Toulouse Team		

Objectifs

- Favoriser les logiques de mutualisation, de réemploi et d'achat responsable dans les secteurs de l'attractivité.
- Réduire les externalités négatives des événements et des activités touristiques.
- Structurer une chaîne de valeur circulaire et locale entre les acteurs du territoire.
- Soutenir l'économie sociale et solidaire et les filières locales durables.

Descriptif

Dans le cadre de l'implantation d'entreprises et d'acteurs du tourisme de loisirs et affaires, **cette action vise à poursuivre l'état des lieux et l'identification des besoins des socio-professionnels**, qu'ils soient ponctuels ou récurrents.

- **Consulter les services de TM de l'économie circulaire** ; participation aux ateliers.
- **Favoriser l'émergence de centrales d'achats** autour de l'économie circulaire auprès des représentants de filières.

Cette action permet de relayer les besoins auprès des services et structures compétentes. Elle permet ainsi de renforcer l'ancrage local des filières, de réduire les déchets et les achats inutiles, tout en accompagnant une évolution des pratiques vers une sobriété concrète et mutualisée.

Parties prenantes

Toulouse Team (accompagnement), Toulouse Métropole (économie circulaire, ESS), Région, Département, ADEME, Chambres consulaires (CCI, CMA), CRESS Occitanie, réseaux ESS, prestataires événementiels, lieux culturels, hébergeurs, loueurs de meublés, traiteurs, agences, entreprises locales.

Une action en lien avec le Schéma du tourisme durable de la Haute-Garonne (2025-2030)

Cette action croise deux axes structurants du Schéma de la Haute-Garonne :


- **Action B.2** : « inciter les entreprises touristiques à entrer dans des démarches RSE », notamment via l'intégration dans des dispositifs collectifs d'achat responsable ou de mutualisation. La plateforme proposée par Toulouse Team prolongera ces dynamiques à l'échelle métropolitaine en renforçant les liens entre acteurs économiques, touristiques et institutionnels.
- **Action E.1** vise à faire évoluer la stratégie marketing du département en intégrant des objectifs de durabilité.

Calendrier

2026

QUESTIONNEMENT DES ACTEURS / ETAT DES LIEUX DES BESOINS ; RELAIS VERS LES ACTEURS SPECIALISES (TM, CCI); POURSUITE DE LA REFLEXION SUR LES ACHATS RESPONSABLES.
ADAPTATION DES ACHATS RESPONSABLES A L'ENSEMBLE DES METIERS DE L'AGENCE

Moyens estimatifs

 0.1 ETP	Coordination, partenariats, animation réseau + 0,2 ETP partagé Toulouse Métropole
---	---

Indicateurs de suivi

Nombre d'acteurs accompagnés ; volume des achats effectués.



Défi n°6.

Développer les tournages comme levier de rayonnement et de retombées locales durables

Avec près de 400 jours de tournage recensés en 2023, Toulouse s'impose comme une destination dynamique et en pleine effervescence pour la création audiovisuelle. Ce développement rapide témoigne d'un fort potentiel économique, culturel et d'image, mais appelle aussi une structuration renforcée de la filière pour garantir des retombées durables sur le territoire.

Le défi est double : attirer de nouveaux projets audiovisuels en valorisant les atouts singuliers de la métropole, et ancrer localement les bénéfices économiques, sociaux et professionnels des productions accueillies. Il s'agit aussi de mieux accompagner les professionnels du territoire, de stimuler la créativité locale et de faire de Toulouse un décor, un vivier et un acteur à part entière de l'industrie audiovisuelle.

Action D6.A1	Plateforme Pro Tournages	
Structurer et mutualiser les ressources de la filière locale		

Objectif

Structurer la filière des tournages autour d'une plateforme disponible en ligne recensant l'offre existante.

Descriptif

Depuis quelques années, la filière professionnelle des tournages à Toulouse voit l'essor et le développement de sociétés de production jeunes, connectées avec l'international et nouvellement tournées vers la fiction. Afin d'accompagner ce nouveau bouillonnement, qui devrait se traduire par une croissance de tournages endogènes et exogènes, les professionnels ont exprimé le besoin **d'une structuration et animation de la filière**. A ces fins, Toulouse Team va **créer une plateforme sur le site internet du Bureau des Tournages qui recensera les professionnels de la métropole de Toulouse** par typologie de métiers en complémentarité de l'annuaire d'Occitanie Films. Une cartographie numérique et active situera les professionnels sur le territoire puis chaque prestataire aura sa fiche calquée sur le modèle de la base de décors de tournage avec des filtres permettant une sélection facile.

Les différentes typologies des métiers présentés pourront être les suivantes : distribution, programmation et diffusion, étalonnage, festival, formation, fourniture, réemploi, location de matériel, prestation technique, production, production déléguée, résidences, écriture, studio d'animation, studio de tournage, VFX.

Dans un 2^e temps, un outil pourrait être mis en place pour que les professionnels puissent fournir leurs données en autonomie avec un système de modération.

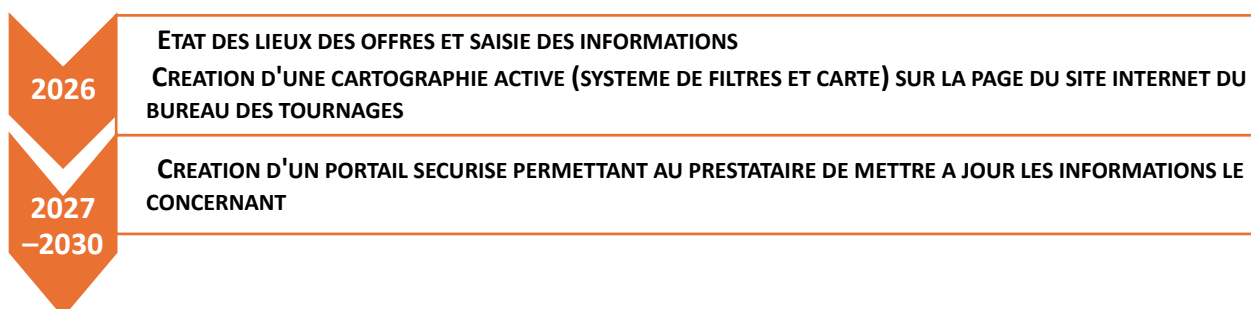
La mise en place de cette plateforme s'accompagnera de l'animation des partenaires à travers des rencontres professionnelles afin de connaître les projets en cours, identifier les collaborations possibles et créer des nouvelles opportunités d'affaires.

Un dispositif d'adhésion avec une tarification symbolique peut être envisagé pour impliquer tous les acteurs dans l'agence.


Parties prenantes :

Toulouse Team (pilote), TM, Ecosystème local, Occitanie Films.

Calendrier



Moyens estimatifs

 0.2 ETP	Recensement de l'offre, création de la page (webmaster) et saisie des informations
1K€	Développement de la cartographie numérique

Indicateurs de suivi

Nombre de consultation de la page, nombre d'adhérents.



Action D6.A2	« 1,2,3 on s’inspire »	Nouveauté
Création d’une résidence d’écriture pour inspirer et attirer des tournages		

Objectifs

Attirer davantage de tournages qui exploiteraient les lieux de la ville, son histoire, ses atouts économiques, son patrimoine.

Descriptif

Afin de développer l’imaginaire collectif de Toulouse et attirer des tournages, une résidence d’écriture sera organisée par l’Escampe.

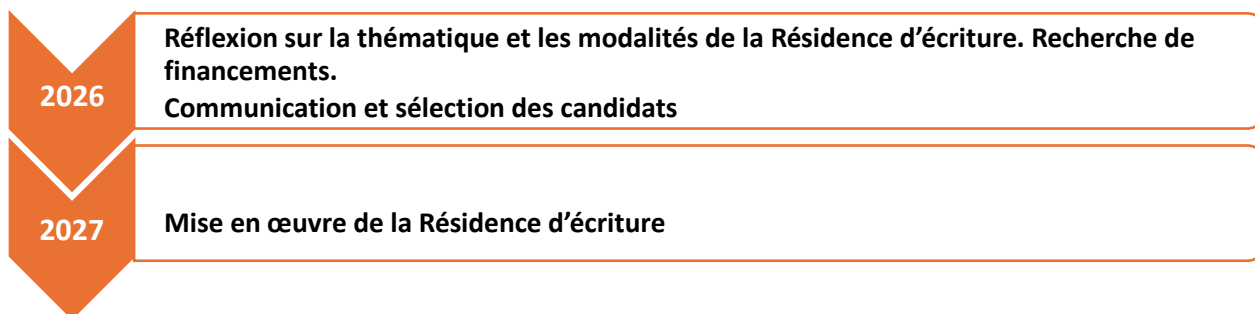
La thématisation d’une telle résidence (par exemple sur l’aéronautique ou le spatial ou « Toulouse ») n’est pas encore arrêtée et fera l’objet d’une réflexion collective.

Pendant la résidence, Toulouse Team alimentera les participants avec des informations relatives à la ville et des éducteurs thématiques, afin de les inspirer. La résidence pourrait se tenir à l’ENSAV pendant les vacances scolaires et nécessiterait une implication financière de Toulouse Métropole et de la Région Occitanie.


Parties prenantes

L’Escampe (Pilote), Toulouse Team, Toulouse Métropole, Région Occitanie, ENSAV, Occitanie Films.

Calendrier



Moyens estimatifs

 0.1 ETP	Accompagner la réflexion, la communication, la sélection des candidats et la structuration des sujets inspirants de la Résidence.
3K€	Venue de scénaristes exogènes participant à la résidence d’écriture

ANNEXES

Annexe 1 : exemples de destinations ou d'études ayant travaillé sur l'analyse du ressenti de ses habitants

- **Ville de Lyon – Boussole du bien-être** : <https://bien-etre.lyon.fr/>
- **Métropole de Lille – Le bien-être territorial, une nouvelle boussole** : <https://www.adu-lille-metropole.org/wp-content/uploads/2024/07/POSTER-BET.pdf>
- **ImageTerr – Chaire Attractivité et Marketing Territorial** : <https://anmt.univ-amu.fr/fr>

Focus sur la démarche lyonnaise :

La Ville de Lyon a lancé en 2023 la Boussole du bien-être, un outil co-construit avec les habitants via des ateliers dans chaque arrondissement et une assemblée citoyenne réunissant élus, agents et citoyens. Structurée autour de 12 dimensions (vivre ensemble, santé, culture, mobilité, etc.), elle permet d'évaluer les politiques publiques à partir du vécu des habitants et vise à orienter l'action municipale vers un "budget du bien-être". Chaque année, une dimension est approfondie, avec une forte attention portée à la dimension sensible et émotionnelle du rapport au territoire.

Focus sur la démarche lilloise :

La démarche menée par la Métropole Européenne de Lille s'est traduite par la création d'un Observatoire métropolitain du bien-vivre, destiné à mesurer la qualité de vie et les inégalités perçues à l'échelle fine du territoire. L'approche se veut participative, combinant des enquêtes de terrain, des ateliers citoyens et une analyse territorialisée des déterminants du bien-être (mobilité, logement, services, environnement, etc.). Elle vise à mieux intégrer les attentes des habitants dans la construction des politiques publiques et à produire des indicateurs alternatifs à ceux de la performance économique ou démographique, en lien avec les enjeux de transition sociale et écologique.

Annexe 2 : liste des associations œuvrant pour les publics défavorisés

ESPOIR 31 <https://www.espoir31.org/>

- 800 pax accueillis
- Public en grande difficulté, situation d'exclusion + gens du voyage
- S'occupent essentiellement du logement
- Parlent français mais compréhension limitée

LA LIGUE DE L'ENSEIGNEMENT <https://ligue31.net/>

- Vise l'éducation pour tous
- Travaille également sur le handicap
- Travaille avec des personnes qui ont un statut en France (parfois même très diplômées) mais le fait de ne pas parler français les empêche de travailler
- Public allophone, suit des cours intensifs de Français Langue Etrangère
- La personne intéressée par ces visites le fait dans le cadre de ses cours de français.
- Une association qui regroupe aussi Handiligue (handicap + vacances), propose des colonies (Vacances pour tous est une émanation de la Ligue de l'enseignement), Domaine d'Ariane...

Associations qui vont intégrer le dispositif en 2025 :

- Singa (publics en grande difficulté, situation d'exclusion)
- UCRM (rofil : 56 femmes avec 14 enfants de moins de 3 ans. Grande précarité financière, pas d'aide sociale, 100€ donné par l'association qui est la seule ressource de ces femmes. La majorité comprend le français. Arméniens, ukrainiens, anglophones, francophones).
- Direction des Solidarités de la mairie de Toulouse

Toulouse

Tourist Office
Meetings
Invest
Filming



Septembre 2025