



Toulouse



2026-2030

# L'essentiel

**SCHÉMA DIRECTEUR  
DE L'ATTRACTIVITÉ  
DURABLE**

**Toulouse**   
Tourist Office  
Meetings  
Invest  
Filming

# Légende

---



Initier et mettre en œuvre de nouvelles actions.



Renforcer et déployer des actions déjà engagées.

# Vers une attractivité durable et partagée

---

## Devenue 3<sup>e</sup> ville française désormais présente sur de nombreux podiums

(« Métropole la plus attractive de France » pour la 2<sup>e</sup> année consécutive d'après le Baromètre Arthur Loyd, « 1<sup>re</sup> 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<sup>e</sup> 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, l'attractivité doit aujourd'hui contribuer activement à la transition écologique, à la cohésion sociale et au développement local.

Le 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 du label **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 pour 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

Coconstruit 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**.

---

*Le présent document est un extrait du Schéma directeur de l'attractivité durable, le document complet pourra être fourni sur demande auprès de Toulouse Team.*



# Avant- propos

---

Les actions décrites dans ce 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.

# Sommaire

## TOULOUSE TEAM

Société à mission  
portant une  
attractivité  
responsable



### 06 Défi 1

Réguler les flux  
et les usages pour  
une attractivité soutenable



### 09 Défi 2

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



### 13 Défi 3

Rendre l'attractivité  
plus équitable et inclusive



### 17 Défi 4

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



### 20 Défi 5

Améliorer l'impact  
des entreprises accueillies  
et ancrer leurs retombées  
localement



### 22 Défi 6

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

# Action transversale 1

## Vers le statut de société à mission

Engager Toulouse Team et ses partenaires vers une attractivité plus sociale et environnementale

### 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.

### Principe général

Toulouse Team engage une transformation structurante en devenant société à mission, afin d'ancrer durablement les enjeux

sociaux, environnementaux et territoriaux au cœur de son action. Cette évolution constitue le socle du Schéma Directeur de l'Attractivité Durable et permet de traduire les engagements RSE dans la gouvernance, l'organisation et les modes d'intervention de l'agence.

### Axes clés

#### Clarifier le cadre d'action

- Formalisation d'objectifs RSE alignés avec le SDAD.
- Mise en cohérence des actions de l'agence.

### Parties prenantes

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

### Fédérer les partenaires

- Construction d'un contrat d'engagement collectif.
- Renforcement de la lisibilité et de l'impact de l'action territoriale.

### S'inscrire dans des dynamiques nationales

- Réflexion sur une intégration à la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC).

# Action transversale 2

## Création d'un observatoire de l'attractivité durable

Renforcer ses capacités de veille et d'observation

### Objectifs

Mieux connaître les acteurs, les clientèles et les dynamiques d'attractivité de Toulouse Métropole en intégrant pleinement les enjeux de durabilité.

### Principe général

En complément de l'observatoire existant, Toulouse Team crée un observatoire de l'attractivité durable afin d'enrichir l'analyse des flux touristiques, événementiels et économiques sous l'angle environnemental, social et

territorial. L'enjeu est de disposer d'outils d'aide à la décision partagés, permettant d'orienter les politiques d'attractivité vers des pratiques plus équilibrées et responsables.

### Axes clés

- Suivre l'évolution de l'offre de meublés de tourisme.
- Mieux connaître les conditions d'accès aux sites touristiques majeurs en y intégrant un baromètre de la mobilité et encourager les pratiques de mobilité durable (en lien avec l'action 3 du défi 1).

### Parties prenantes

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

- Intégrer les retombées des événements 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.

# Action transversale **2 bis**

## La Boussole du bien-être

Mesurer le bien-être territorial,  
au profit de la Métropole de Toulouse

### Objectifs

- Inciter Toulouse Métropole à s'engager dans une démarche de mesure du bien-être territorial.
- Apporter l'expertise de Toulouse Team sur les enjeux d'attractivité et de marketing territorial.
- Croiser la perception des habitants et les indicateurs objectifs d'attractivité.

### Articulation avec les outils d'observation

- Croisement des perceptions subjectives des habitants avec des données objectivées.
- Poursuite des échanges avec :
  - la Chaire d'attractivité Aix-Marseille (ImageTerr) ;
  - l'AuAT, dans le cadre de la construction d'un indice d'attractivité des territoires.

### Parties prenantes

*Toulouse Métropole,  
Toulouse Team.*

- Alimentation et objectivation de la boussole par l'Observatoire de Toulouse Team.

### Finalité

Disposer d'un outil d'aide à la décision partagé, permettant d'ajuster les stratégies d'attractivité au regard du bien-être des habitants et de renforcer la cohérence entre développement, qualité de vie et image du territoire.

# Action transversale **3**

## Prendre le virage de l'IA

Maîtriser et alimenter les contenus  
des moteurs de recherches des logiciels d'IA

### Objectifs

- Assurer la visibilité et la place de Toulouse dans les réponses générées par les outils d'intelligence artificielle.
- Coordonner la diffusion multicanal de contenus éditoriaux auprès des partenaires de Toulouse Team.

### Principe général

Face à l'essor des moteurs de recherche intégrant l'intelligence artificielle, les logiques de visibilité évoluent. Les Large Language Models (LLM) produisent désormais des réponses directes, limitant l'impact du SEO traditionnel. Toulouse Team

met en place une stratégie de GEO (Generative Engine Optimization) pour assurer la lisibilité et la cohérence des contenus liés à la destination.

### Axes clés

#### Coordination des contenus

- Production et partage d'éléments de langage communs.
- Harmonisation des messages portés par les partenaires.

#### Diffusion multicanal

- Alimentation des supports numériques des partenaires.
- Circulation de contenus fiables et structurés, adaptés aux usages de l'IA.

### 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.*

### Finalité

Maintenir et renforcer la visibilité de Toulouse dans les environnements numériques pilotés par l'IA, grâce à une stratégie éditoriale coordonnée à l'échelle du territoire.



# DÉFI N° 1

Réguler les flux et les usages pour une attractivité soutenable

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 1

### Les Temps Calmes

Programmer autrement pour lisser les flux dans le temps

#### Principe général

« Les Temps Calmes » proposent une programmation culturelle, patrimoniale et de loisirs pensée pour les périodes moins fréquentées (week-ends, vacances scolaires, hiver).

L'ambition est double :

- Offrir une expérience plus locale, apaisée et durable.
- Soutenir une activité touristique continue tout au long de l'année.

La démarche cible d'abord les habitants et visiteurs régionaux, avec une ouverture progressive vers des publics nationaux et internationaux. Les événements seront multisites et prioritairement accessibles en transports en commun ou via des navettes dédiées.

#### Axes clés

##### Adapter la temporalité des événements

- Travail conjoint avec le service culture

#### Objectifs

- Développer la fréquentation en périodes creuses.
- Mieux répartir les flux de visiteurs sur l'année.
- Prolonger la durée de séjour des clientèles de proximité.

pour encourager une programmation hors pics.

- Partenariats avec sites culturels, touristiques, restaurateurs et hôteliers.
- Veille et mobilisation d'organismes privés pour l'hiver.
- Ajustement des incitations selon l'analyse des flux.

##### Créer un effet de bascule vers la nuitée

- Transformer une sortie ponctuelle en séjour week-end.
- Mobiliser le Pass Toulouse+ et des offres packagées.
- Tarifs attractifs et récit de destination incitant à prolonger l'expérience.
- Relais par les grands équipements culturels et de spectacles.

##### Déployer une communication ciblée

- Campagnes vers les clientèles de proximité (seniors actifs notamment).

- Ciblage Occitanie, Nouvelle-Aquitaine, Rhône-Alpes.
- Offres combinées avec partenaires presse et SNCF (transport + hébergement + activité).

#### Mobilisation du tissu local

- Coordination avec commerçants, restaurateurs, hôteliers.
- Adaptation des horaires, notamment le dimanche.
- Renforcement de l'offre d'accueil sur les temps de visite.

#### Parties prenantes

Toulouse Team (pilote), Toulouse Métropole, Tisséo, SNCF, acteurs culturels, salles de spectacles, commerçants, marchés, hébergeurs, restaurateurs.



# Action 2

## Échappées métropolitaines

Révéler l'attractivité des territoires hors centre-ville

### Objectifs

- Mieux répartir la fréquentation touristique à l'échelle métropolitaine.
- Encourager un tourisme de proximité, équilibré et durable.
- Répondre au besoin de nature et de découverte près des lieux de vie ou d'hébergement.
- Développer l'offre de boucles cyclables sur Toulouse Métropole.

### Principe général

L'action vise à structurer une offre touristique « hors centre » lisible et attractive, en valorisant patrimoines, paysages et savoir-faire locaux des communes métropolitaines. Elle s'appuie sur les mobilités douces, en particulier le vélo, et prolonge les démarches déjà engagées (visites guidées, topoguides, circuits, valorisation des guinguettes...).

### Axes clés

#### Identifier et structurer l'offre

- Actualisation du repérage des sites à potentiel (travail initié en 2018).
- Co-construction de circuits avec les communes : patrimoine, nature, artisanat, gastronomie, événements locaux.
- Intégration des nouveaux aménagements liés au fleuve, aux canaux et aux espaces naturels (Grand Parc Garonne, Île du Ramier, Pech David...).

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

#### Créer des parcours expérientiels

- Boucles nature, rencontres avec artisans et acteurs locaux.
- Mise en valeur de lieux hybrides, circuits courts et initiatives locales vertueuses.
- Complémentarité avec les actions favorisant l'accès sans voiture.

#### Déployer une mise en récit attractive

- Production de contenus éditoriaux : photos, vidéos, podcasts, cartographies.
- Communication territorialisée portée par Toulouse Team, avec une cible prioritaire familiale.

### Focus : Échappées à vélo

- 2025 : édition et promotion de 8 boucles « joyaux cachés ».

- 2026 : guide expérientiel de 25 circuits (patrimoine, commerces, artisans, lieux de vie), avec possible partenariat média.

### Accessibilité en transports en commun

- Travail conjoint avec Tisséo pour concevoir des circuits au départ de stations (Téléo, métro, bus, train).
- Comité de projet dédié à partir de 2026.

### Parties prenantes

Toulouse Team (pilote), communes de la métropole, Haute-Garonne Tourisme, associations patrimoniales, acteurs économiques et artisanaux, Tisséo, VNF, réseaux culturels et locaux.





# Action **B** changer de cap

Encourager la découverte  
des sites touristiques via  
les mobilités douces

## Objectifs

- Réduire la dépendance à la voiture individuelle dans les pratiques touristiques.
- Favoriser les mobilités durables : transports en commun, vélo, marche, covoiturage.
- Valoriser l'expérience positive vécue par les visiteurs qui laissent leur voiture au parking.

## Principe général

L'action vise à rendre les alternatives à la voiture visibles, simples et attractives, notamment pour rejoindre les sites excentrés. Il ne s'agit pas seulement d'informer, mais de raconter le trajet comme une partie intégrante de l'expérience de visite : qualité du parcours, plaisir de la balade, facilité de l'intermodalité.

## Axes clés

### Mieux informer les visiteurs

- Intégration systématique des temps et modes d'accès (à pied, à vélo, en bus, tram...) sur les supports des sites.
- Création d'une carte illustrée des accès en transports en commun vers les sites excentrés (version digitale et diffusion partenaires).

### Rendre les parcours lisibles sur le terrain

- Signalétique incitative en centre-ville et sur les parcours (pictogrammes, temps de marche/vélo).
- Relais de ces informations par les sites, hébergeurs et lieux culturels.

### Mobiliser les professionnels de l'accueil

- Formations et sensibilisation des équipes (office de tourisme, hébergeurs, sites culturels).
- Mise à disposition d'éléments de discours et de réflexes pratiques.

## Mesures complémentaires

- Dispositif expérimental de valorisation des comportements

écoresponsables (avantages, réductions, cadeaux), inspiré de CopenPay.

- Avantages pour les visiteurs arrivant en train.
- Promotion des parkings relais en entrée d'agglomération (signalétique multilingue, partenariats applications et autoroutes).

## Parties prenantes

*Toulouse Team (pilote), Toulouse Métropole, Tisséo, associations de vélo et marche, sites touristiques et culturels, hébergeurs, grands équipements métropolitains.*





## Défi n° 2

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

L'accueil est un levier stratégique pour incarner les valeurs de Toulouse et renforcer son attractivité auprès des visiteurs, talents, investisseurs et étudiants. Ce défi vise à faire de l'hospitalité un marqueur d'exemplarité, combinant qualité relationnelle, accessibilité, ancrage local et sobriété environnementale. Il agit sur les outils, les pratiques professionnelles et l'accompagnement des événements, avec Toulouse Team comme animateur d'un écosystème d'hospitalité durable.



### Action 1

## L'accueil en partage

Former les professionnels de l'accueil aux nouveaux codes de l'hospitalité responsable et proposer de nouveaux outils

### Principe général

Cette action vise à structurer une démarche de formation-action et de labellisation à destination des professionnels de l'accueil touristique et événementiel (hôtellerie, congrès, sites culturels). Elle s'inscrit dans une logique d'amélioration continue de l'expérience visiteur, intégrant les enjeux d'inclusion, d'accessibilité et de transition écologique.

### Axes clés

#### Former et professionnaliser

- Programmes de formation sur :
  - les nouveaux standards de l'accueil (qualité relationnelle, inclusion, éco-gestes, accessibilité) ;
  - l'accueil interculturel et multilingue ;

➢ la posture d'ambassadeur du territoire.

- Coordination des formations avec les partenaires institutionnels et la CCI.
- Mobilisation des socioprofessionnels locaux.

#### Outils et accompagner

- Mise à disposition d'outils partagés : fiches pratiques, éléments de langage, vidéos, kits d'affichage.
- Suivi coordonné des démarches de labellisation avec l'appui de Toulouse Team.

#### Mesurer et ajuster

- Utilisation renforcée des outils d'écoute existants (avis en ligne, enquêtes, Retex).
- Déploiement d'audits mystères sur les sites et points d'entrée stratégiques.
- Adaptation des formations à partir des résultats observés.

### Objectifs

- Renforcer la qualité et la responsabilité de l'accueil dans les métiers de l'attractivité.
- Diffuser une culture partagée de l'hospitalité responsable à l'échelle métropolitaine.
- Valoriser les métiers de l'accueil par une montée en compétences concrète et reconnue.

### Piloter par la donnée

- Intégration d'indicateurs de qualité d'expérience dans l'Observatoire de l'attractivité durable.
- Partage régulier des analyses avec Toulouse Métropole et les professionnels.

### Parties prenantes

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



## Action 2

### « Welcome Pack Toulouse »

Des outils numériques personnalisés pour une hospitalité augmentée

### Objectifs

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

### Principe général

Cette action vise à concevoir des outils numériques intelligents, multilingues et personnalisables destinés à améliorer l'accueil des visiteurs de Toulouse Métropole, qu'ils soient touristes de loisirs, voyageurs d'affaires ou participants à des événements. Pensé comme un véritable assistant de séjour, ce « Welcome Pack » accompagne le visiteur avant, pendant et après son séjour, en facilitant l'accès à une information utile, contextualisée et responsable.



### Contenus proposés

#### Orientation vers des expériences de proximité

- Balades à pied ou à vélo, activités locales, événements, commerces de quartier.
- Bons plans responsables : circuits courts, écogestes, offres combinées transport + visite.

#### Valorisation de nouveaux lieux

- Mise en lumière des communes périphériques, sites émergents et initiatives locales.
- Contribution au rééquilibrage territorial des flux (lien avec l'action 2 du défi 1).

#### Sensibilisation aux engagements durables

- Messages incitatifs et bienveillants sur les pratiques responsables.
- Valorisation des acteurs et partenaires engagés dans une hospitalité durable.

### Formats et déploiement

L'outil pourra être décliné selon plusieurs supports complémentaires :

- Enrichissement de l'internet de séjour existant de Toulouse Team.
- Déploiement de bornes numériques dans les lieux stratégiques (MEETT, aéroport, centre de congrès Pierre Baudis, sites excentrés).

- Intégration de solutions d'affichage dynamique chez les hébergeurs et lieux d'accueil du public (musées, congrès, équipements culturels).

### 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), partenaires premium.



## Action 3

### S'adapter : un impératif !

Adapter ses offres lors des périodes de forte chaleur et participer au programme de rafraîchissement du centre-ville

#### Principe général

Face à la multiplication des vagues de chaleur et des événements climatiques extrêmes, Toulouse doit s'adapter pour rester une destination attractive, visitable en été et vivable pour ses habitants. Cette action vise à intégrer pleinement l'adaptation climatique dans les politiques d'accueil et d'offre touristique, en lien étroit avec les démarches portées par Toulouse Métropole.

#### Axes clés

##### S'inscrire dans le plan « Rafraîchissons Toulouse »

- Participation active de Toulouse Team à la définition et à la mise en œuvre des mesures.
- Prise en compte des besoins spécifiques des visiteurs dans les dispositifs de rafraîchissement (ombrières, cheminements ombragés, refuges climatiques).

##### Adapter les offres touristiques

- Ajustement des horaires et des parcours de visites guidées (déjà engagé).
- Définition de protocoles d'adaptation et d'annulation en cas d'épisodes extrêmes.
- Révision des conditions générales de vente.

#### Objectifs

- Contribuer à la définition et au déploiement des mesures de rafraîchissement urbain, en particulier sur la période estivale.
- Adapter l'offre de services touristiques aux conditions climatiques, notamment les visites guidées.
- Définir des protocoles clairs en cas d'alerte canicule (orange/rouge).
- Mobiliser les partenaires touristiques pour maintenir l'attractivité estivale de la destination.
- Développer les points d'eau et les activités fluviales et aquatiques.



##### Mobiliser les acteurs du territoire

- Travail collectif avec les sites de visite et prestataires touristiques.
- Développement d'horaires décalés ou nocturnes, relocalisation des visites vers des espaces ombragés ou intérieurs.
- Anticipation des autres risques climatiques (tempêtes, fortes pluies, crues).

##### Renforcer l'offre de rafraîchissement

- Développement des activités autour de la Garonne.

- Réflexion sur de nouveaux points de baignade et de rafraîchissement à l'échelle métropolitaine.

#### Parties prenantes

Toulouse Team Toulouse Métropole, CRT Occitanie, CCIT Toulouse, hôtels, restaurateurs, commerçants, lieux culturels et sportifs, gestionnaires de transports (Tisséo, SNCF, aéroport).



## Action 4

# Laisser une empreinte positive

Renforcer l'impact des événements professionnels sur le territoire

## Objectifs

- Mesurer et valoriser les retombées économiques et d'image des congrès à l'échelle du territoire.
- Fidéliser les publics professionnels et encourager leur retour en séjour de loisirs.



## Un programme de fidélisation dédié

- Lancement du programme « Come as pro, come-back as a friend ».
- Campagnes post-événement pour prolonger la relation avec les congressistes.
- Offres de retour ciblées : week-ends prolongés, séjours loisirs, bons plans familiaux.
- Développement de mécaniques de parrainage et d'ambassadeurs.

## Principe général

Cette action vise à structurer un dispositif global d'accueil, d'animation et de fidélisation des congrès et grands événements professionnels accueillis sur le territoire. L'enjeu est de renforcer la qualité perçue de l'expérience toulousaine, d'optimiser les retombées locales et de transformer les participants en relais d'image et futurs visiteurs.

- Recommandations locales : mobilités, commerces, restauration, offres culturelles, événements satellites.

## Une mobilisation du tissu local

- Mise en réseau des hébergeurs, commerçants, restaurateurs et lieux culturels.
- Diffusion d'éléments de langage communs.
- Animations dédiées : vitrines, menus ou offres événementielles.

## Parties prenantes

*Toulouse Team Toulouse Métropole, CRT Occitanie, CCIT Toulouse, partenaires premium hôtels, restaurateurs, commerçants, lieux culturels et sportifs, gestionnaires de transports (Tisséo, SNCF, aéroport).*

## Axes clés

### Un Pack Accueil Congrès enrichi

- Déploiement d'un Welcome Pack+ personnalisé pour chaque manifestation majeure.
- Contenus adaptés au type d'événement, aux publics, aux lieux de séjour.





# Défi n° 3

Rendre l'attractivité plus équitable et inclusive

L'attractivité ne peut se résumer à attirer : elle doit aussi profiter à toutes et tous, dans chaque quartier de la métropole. Face aux inégalités d'accès aux opportunités touristiques, culturelles ou économiques, ce défi affirme une ambition claire : construire une attractivité plus inclusive. Emploi, accès aux événements, valorisation des initiatives locales et écoute des habitants deviennent les leviers d'un développement plus juste et partagé.

Nouveauté

## Action 1

### Mettre en relation les entreprises locales de l'ESS avec nos « clients »

Connecter les acteurs économiques aux forces sociales du territoire

#### Objectifs

- Favoriser l'accès à l'emploi des publics éloignés du marché du travail auprès des clients de l'agence (entreprises implantées, organisateurs d'événements, acteurs du tourisme, productions audiovisuelles).
- Connecter les acteurs de l'ESS aux métiers de l'attractivité.
- Mieux faire connaître ces métiers et leur potentiel d'insertion.

#### Principe général

Cette action vise à mobiliser les filières de l'attractivité (tourisme, événementiel, accueil, tournages...) comme leviers d'insertion et d'inclusion professionnelles. Toulouse Team assure un rôle de coordination entre entreprises, structures d'insertion et organismes de formation afin de faciliter l'accès à ces métiers et de répondre aux besoins opérationnels de ses clients.

#### Axes clés

##### Mettre en relation les acteurs

- Rapprochement entre entreprises de la filière et structures d'insertion ou de formation (IUT, CFA, missions locales, PLIE, écoles spécialisées...).

- Sélection, avec les services de la Métropole, d'associations et d'entreprises issues de l'ESS adaptées aux besoins identifiés.

##### Structurer une offre inclusive

- Identification de profils et de parcours compatibles avec les métiers de l'attractivité.
- Accompagnement des entreprises dans la mise en place de dispositifs d'accueil ou d'alternance.

##### Valoriser les initiatives

- Communication sur les parcours d'insertion réussis.
- Mise en lumière des structures engagées et des entreprises partenaires.

#### Finalité

Renforcer l'ancrage local des filières de l'attractivité, favoriser l'inclusion et permettre à

l'ensemble des habitants de s'approprier les opportunités économiques générées par le développement du territoire.

#### 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.



## Action 2

### Label « Destination pour tous »

Faire du label un levier de mobilisation pour l'ensemble de la filière

#### Principe général

En tant que destination inclusive, Toulouse doit garantir un accès élargi à ses activités touristiques et événementielles. Cette action vise à structurer une démarche durable en faveur des PSH, en combinant adaptation de l'offre, formation des équipes et mobilisation des partenaires.

#### Objectifs

- Développer une offre d'activités adaptée aux personnes en situation de handicap (PSH).
- Mobiliser les partenaires pour aller au-delà des obligations légales en matière d'accessibilité.
- Pérenniser et renforcer les visites guidées adaptées proposées par l'Office de tourisme.
- Optimiser la visibilité de l'offre accessible via le site dédié.



#### Axes clés

##### Pérenniser et renforcer les visites adaptées

- Programmation trimestrielle de visites accessibles à tous, au même tarif que les autres visites.
- Traduction en LSF prise en charge par Toulouse Team.
- Jauges réduites et guides formés aux différents types de handicap.
- Focus spécifique sur le handicap moteur et auditif.
- Organisation de réunions annuelles avec le pôle handicap et les associations locales pour ajuster l'offre.

##### Mieux informer et valoriser

- Développement et promotion du site dédié « Toulouse, destination pour tous ».
- Fiabilisation des informations relatives aux établissements labellisés « Tourisme & Handicap ».

##### Mobiliser les partenaires

- Renforcement du travail avec le Comité départemental du Tourisme.
- Organisation d'un atelier annuel de partage de bonnes pratiques.
- Enquête annuelle auprès des partenaires pour évaluer les aménagements, les besoins et améliorer le parcours client.

#### 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.



# Action 3

## Bâtir des passerelles

Pérenniser notre collaboration avec les associations locales au profit des publics défavorisés

### Objectifs

- Garantir l'accès à la culture, au patrimoine et à la découverte de la ville aux publics exclus pour des raisons économiques ou culturelles.
- Formaliser et pérenniser les partenariats associatifs.
- Définir des objectifs chiffrés et des indicateurs intégrés au rapport d'activité.



- Maintien du dispositif et possible extension à horizon 2027.

### Partenariat avec Toulouse Plages

- Poursuite des visites gratuites pour adultes et familles.
- Inscription pérenne de cette action dans la programmation estivale.

### Participation au forum des métiers (éducation prioritaire)

- Présence active depuis 2022 pour faire découvrir les métiers du tourisme.
- Extension à l'ensemble des métiers de Toulouse Team.
- Mobilisation progressive des partenaires de l'agence.

### Principe général

Structurer et rendre visibles des initiatives déjà engagées, tout en renforçant la programmation en faveur des publics défavorisés. Cette démarche sera formalisée dans la future convention liant Toulouse Team à la Mairie.

### Axes clés

#### Visites guidées pour publics en situation d'exclusion

- Co-construction avec les associations et éducateurs référents.

- Adaptation aux publics en grande difficulté, y compris non francophones.
- Inscription du dispositif dans un cadre conventionnel stabilisé.

#### Gratuits sur la programmation grand public

- 60 places offertes par an réparties entre associations partenaires (Les Petits Frères des Pauvres, Cultures du Cœur, Le Refuge).
- Gestion par quota annuel, mobilisation selon les besoins trimestriels.





## Action 4

# Pacte formation

Favoriser l'intégration  
des apprenants

### Objectifs

- Offrir une première expérience concrète dans l'audiovisuel aux publics en insertion ou en formation.
- Renforcer l'impact local et inclusif des tournages soutenus.
- Diversifier les profils et révéler de nouveaux talents.
- Encadrer et promouvoir les bonnes pratiques d'accueil des apprenants.
- Intégrer un « Pacte formation » dans la convention du Fonds de soutien Tournage.
- Généraliser l'accueil de stagiaires ou PMSMP dans toutes les productions soutenues.

### Principe général

Structurer un dispositif systématique d'intégration de stagiaires et de personnes en immersion (PMSMP) dans les productions accompagnées par Toulouse Team, la Métropole et la Région.

### Le Pacte formation intégrera

- Un objectif minimal d'accueil de stagiaires ou PMSMP par production.
- Un cadre formalisé précisant missions, durée, indemnisation et accompagnement pédagogique.

- La priorisation des publics éloignés de l'emploi et issus des quartiers prioritaires.
- Un dispositif de médiation avec France Travail, écoles, CFA et structures d'insertion pour identifier les profils et faciliter les mises en relation.

### Mise en œuvre

- Inscription du Pacte formation dans toutes les conventions de soutien.
- Coordination avec les partenaires emploi-formation pour sécuriser les parcours.
- Suivi des engagements dans une logique d'évaluation et d'amélioration continue.

### 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.*





# Défi n° 4

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

Ce défi consiste à orienter la prospection, les événements et les implantations vers des projets à forte valeur ajoutée territoriale, tout en limitant les effets liés aux mobilités, aux ressources ou à la pression foncière. L'objectif: maximiser les retombées locales et encourager des modèles économiques qui contribuent positivement aux ambitions climatiques, sociales et économiques de la métropole.



## Action 1 Destination bas carbone

**Structurer une offre  
écoresponsable dans le  
tourisme d'affaires et de loisir**

### Objectifs

- Positionner Toulouse comme destination européenne de référence pour les événements professionnels bas carbone d'ici 2030.
- Différencier l'offre MICE toulousaine à l'international.

### Principe général

Mobiliser l'ensemble de l'écosystème (lieux, prestataires, hébergeurs, transports, restauration) pour réduire de manière mesurable l'empreinte carbone des événements et structurer une offre clairement identifiable.

### Axes clés

#### Renforcement de l'accompagnement

- Création d'un pack « Événement bas carbone » :
  - diagnostic d'impact gratuit;
  - checklist RSE;
  - livrables de communication pour les organisateurs.
- Valorisation du Guide des événements écoresponsables.
- Mise en place d'une cellule-conseil au Convention Bureau.

#### Formation et sensibilisation

- Ateliers pratiques (écoconception, éco-communication, calcul carbone).
- Acculturation des acteurs de la filière événementielle.
- Sensibilisation des acteurs loisirs aux démarches de certification.

#### Digitalisation et mesure

- Intégration d'un outil simplifié de calcul carbone sur [meetings.toulouse-team.com](https://meetings.toulouse-team.com).
- Promotion d'outils responsables (badges dématérialisés, zéro papier, covoiturage...).
- Enrichissement d'une base de données partagée des bonnes pratiques.

#### Certification et reconnaissance

- Encourager les certifications ISO 20121 pour les acteurs majeurs et le label clef verte

pour les établissements touristiques.

- Inciter la filière loisirs à viser le label « Destination d'excellence ».

#### Mobilisation et valorisation

- Animation d'un comité MICE durable.
- Mise en avant renforcée des partenaires engagés dans les communications de Toulouse Team.

### Parties prenantes

*Toulouse Team (pilotage), Toulouse Métropole, ADEME Occitanie, CRT Occitanie, Département, partenaires premium, acteurs de l'ESS, acteurs locaux.*



## Action 2

### Cibler mieux

Réorienter la promotion vers les clientèles à plus forte valeur locale et environnementale

### Principe général

Faire évoluer la stratégie de promotion et de prospection vers une logique de valeur plutôt que de volume, en intégrant des critères de sobriété, de durabilité et d'utilité territoriale dans le ciblage des clientèles et des projets.



### Axes clés

#### Ciblage des clientèles

- Marchés domestiques et européens à moindre empreinte carbone.
- Séjours longs générateurs de retombées locales accrues.

### Objectifs

- Réduire les impacts environnementaux liés aux actions d'attractivité.
- Accroître les retombées économiques locales des clientèles et projets accompagnés.
- Valoriser les entreprises et événements engagés dans la transition.
- Mutualiser les moyens de promotion pour favoriser l'allongement des séjours.



#### Sélection des projets et événements

- Organismes démontrant des retombées économiques locales significatives.
- Achats responsables et mobilisation des acteurs du territoire.
- Cohérence avec les filières stratégiques de la Métropole.

#### Attractivité économique

- Prospection d'entreprises exogènes en lien avec la feuille de route économique.
- Priorité aux activités à forte valeur ajoutée.

#### Mise en cohérence stratégique

- Alignement avec les actions en faveur du positionnement bas carbone.
- Travail renforcé sur l'image de marque pour affirmer

Toulouse comme destination responsable.

- Coordination avec le Fonds Congrès de Toulouse Métropole pour accompagner les événements structurants dans une logique d'attractivité durable.

#### Parties prenantes

*Toulouse Team (pilote), CRT Occitanie, AD'OCC, Département, Toulouse Métropole (environnement, développement économique, tourisme), ADEME, filières locales (agriculture, ESS, culture).*



## Action 3

### Encadrer pour protéger

Encadrer le marché des meublés de tourisme pour préserver l'habitat et éviter les conflits d'usage

### Objectifs

- Intégrer des données fiables sur les meublés de tourisme dans l'Observatoire de l'attractivité (volume, typologie, durée de séjour, profils, motifs, satisfaction).
- Accompagner les services métropolitains dans la définition et l'application du cadre réglementaire.
- Sensibiliser et accompagner conciergeries et propriétaires sur l'accueil, la destination et la réglementation.



### Principe général

Mieux connaître et encadrer un segment devenu incontournable, afin de préserver l'équilibre entre attractivité touristique, disponibilité de l'habitat et qualité de vie des habitants.

### Axes clés

#### Renforcer la connaissance du marché

- Suivi précis du volume et de la typologie de l'offre.
- Analyse de la demande (durée de séjour, clientèles, motifs, satisfaction).

- Intégration des données à l'Observatoire pour éclairer la décision publique.

#### Contribuer à un encadrement maîtrisé

- Appui technique aux services de la Métropole.
- Analyse des évolutions et aide à l'adaptation du cadre réglementaire.
- Veille sur les risques d'éviction résidentielle.

#### Accompagner les acteurs

- Dialogue régulier avec propriétaires, conciergeries et associations.

- Information sur les obligations réglementaires.
- Sensibilisation à la qualité d'accueil et à la valorisation de la destination.

### Rôle de Toulouse Team

Agir comme interface entre la collectivité et les acteurs du marché, en assurant un rôle de « courroie de transmission » et d'expertise.



# DÉFI N° 5

Améliorer l'impact  
des entreprises  
accueillies et ancrer  
leurs retombées  
localement

Accueillir de nouvelles entreprises reste un levier majeur d'innovation et de croissance. Mais l'enjeu n'est plus seulement d'attirer: il faut orienter et accompagner les implantations pour qu'elles génèrent une valeur durable et locale. Ce défi vise à aligner attractivité économique et impact territorial, en favorisant pratiques responsables, coopérations locales et développement de filières engagées.



## Action 1 Impact Score

Mieux accueillir et mieux  
faire progresser

### Objectifs

- Donner une boussole commune pour évaluer et suivre l'impact territorial des entreprises implantées.
- Accompagner les moins avancées et valoriser les pratiques exemplaires.
- Favoriser un ancrage durable sur le territoire.

### Principe général

Mettre en place un score d'impact territorial, dans la continuité du questionnaire RSE existant, intégrant des critères économiques, sociaux et environnementaux dans la stratégie d'attractivité.

### Modalités d'utilisation

- En amont de l'implantation: outil d'aide à la décision (foncier, accompagnement, communication).
- En aval: suivi des engagements, autoévaluation, logique de progression continue.

### Critères d'évaluation

- Emploi local et qualité des recrutements.
- Achats de proximité.
- Inclusion et responsabilité sociale.
- Empreinte carbone.
- Gouvernance et liens avec l'écosystème territorial.



### Effets attendus

- Valorisation des entreprises les plus vertueuses.
- Identification de synergies avec universités, laboratoires, structures d'insertion et incubateurs.
- Renforcement des chaînes de valeur locales dans les filières stratégiques.

### Parties prenantes

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



## Action 2

# Vers une économie circulaire

Intégrer les actions menées par Toulouse Métropole autour de l'économie circulaire dans les métiers de Toulouse Team

### Objectifs

- Développer mutualisation, réemploi et achats responsables.
- Réduire l'impact environnemental des événements et activités touristiques.
- Structurer une chaîne de valeur circulaire et locale.
- Soutenir l'ESS et les filières durables.

### Principe général

Identifier les besoins des acteurs de l'attractivité et les orienter vers des solutions d'économie circulaire en lien avec les services de la Métropole.

### Axes clés

- État des lieux régulier des besoins des socioprofessionnels.
- Coordination avec les services dédiés à l'économie circulaire.

- Soutien à la création de centrales d'achats responsables et de solutions mutualisées.

### Finalité

Réduire déchets et achats inutiles, renforcer l'ancrage local et accompagner une transition concrète vers des pratiques plus sobres et collectives.

### Parties prenantes

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





# DÉFI N° 6

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

Avec près de 400 jours de tournage en 2023, Toulouse confirme son attractivité audiovisuelle. Ce dynamisme appelle une structuration renforcée pour garantir des retombées durables. Le défi: attirer de nouveaux projets tout en ancrant localement leurs bénéfices économiques et professionnels, accompagner les talents du territoire et affirmer Toulouse comme décor, vivier et acteur reconnu de la création audiovisuelle.

Nouveauté

## Action 1 Plateforme Pro Tournages

Structurer et mutualiser les ressources de la filière locale

### Objectif

- Structurer et animer la filière des tournages via une plateforme en ligne recensant l'offre professionnelle métropolitaine.

### Principe général

Accompagner la montée en puissance des sociétés de production locales et l'essor des tournages (endogènes et exogènes) en donnant visibilité et lisibilité à l'écosystème.

### Dispositif

- Création d'une plateforme dédiée sur le site du Bureau des Tournages.
- Annuaire des professionnels par typologie de métiers (production, studios, VFX, prestation technique, location, formation, festivals, réemploi, etc.).
- Cartographie interactive des acteurs du territoire.
- Fiches prestataires standardisées avec filtres de recherche.
- Complémentarité avec l'annuaire régional existant.

### Évolutions prévues

- Outil de contribution en autonomie pour les professionnels (avec modération).
- Animation de la filière via des rencontres professionnelles pour favoriser collaborations et opportunités.
- Étude d'un dispositif d'adhésion à tarification symbolique pour renforcer l'implication collective.

### Parties prenantes

Toulouse Team (pilote),  
Toulouse métropole,  
écosystème local,  
Occitanie Films.



Nouveauté

# Action 2

## 1, 2, 3 on s'inspire

Création d'une résidence d'écriture pour inspirer et attirer des tournages

### Axes clés

- Organisation, avec l'association L'Escampe, d'une résidence d'écriture dédiée à l'imaginaire toulousain.
- Définition collective d'une thématique (aéronautique, spatial, identité de la ville...).

### Objectif

- Attirer davantage de tournages mettant en valeur les lieux, l'histoire, le patrimoine et les filières stratégiques de Toulouse.

### Parties prenantes

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



Document édité par **Toulouse Team**,  
l'agence d'attractivité de Toulouse Métropole.

**Photographies:** © Rémi Deligeon

**Conception:** studio Ogham

**Impression:** imprimerie Messages (Toulouse)

Document imprimé sur du papier certifié PEFC  
provenant de forêts gérées durablement.

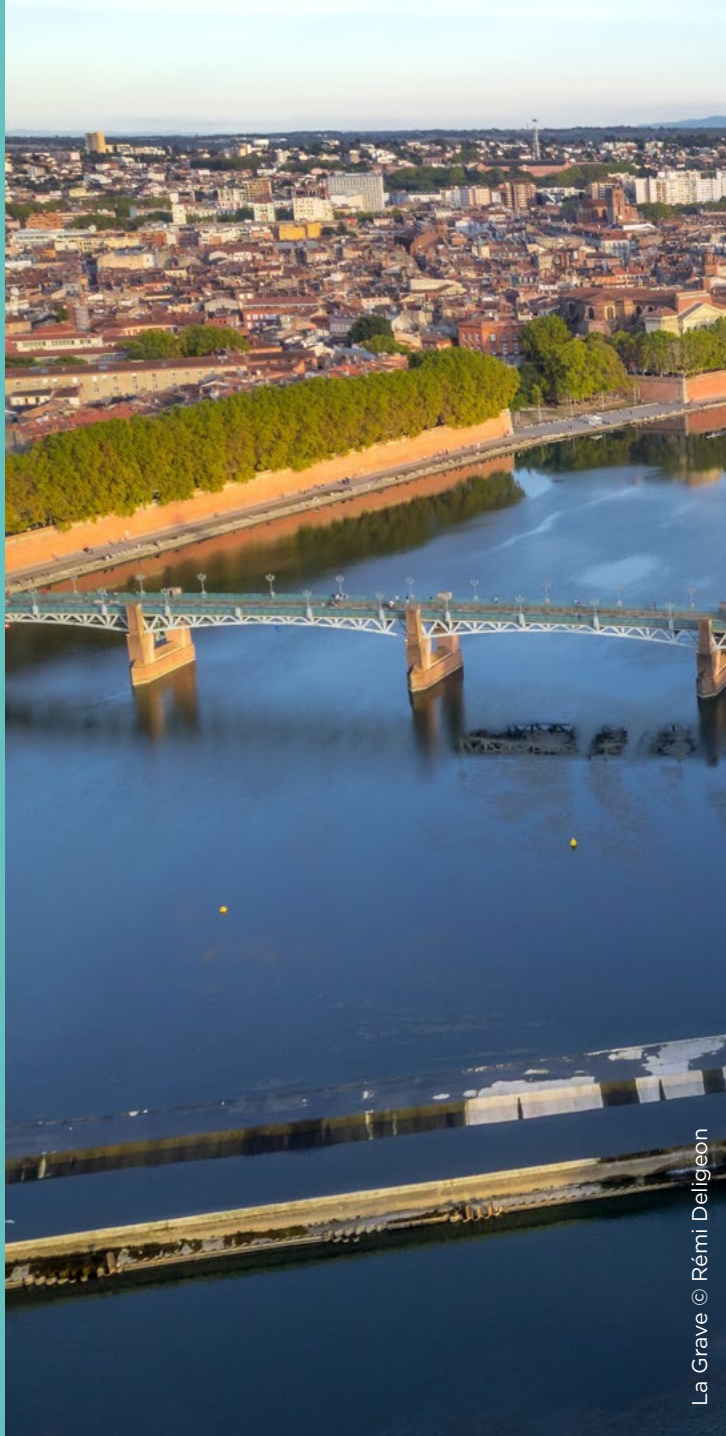
**Toulouse**   
Tourist Office  
Meetings  
Event  
Planning

toulouse  
métropole

**MAIRIE DE**  **TOULOUSE**



**Toulouse Team** se dote d'un Schéma Directeur de l'Attractivité Durable coconstruit avec les acteurs du territoire et au service des Toulousains, mettant en application les axes stratégiques de l'agence éclairés à l'aune des enjeux de durabilité.



La Grave © Rémi Deligeon