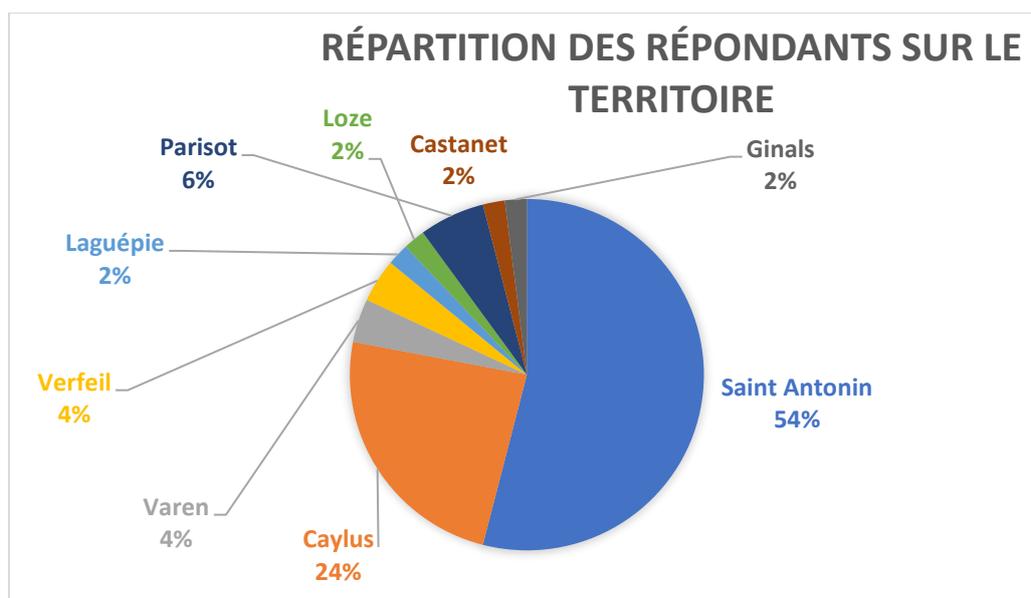
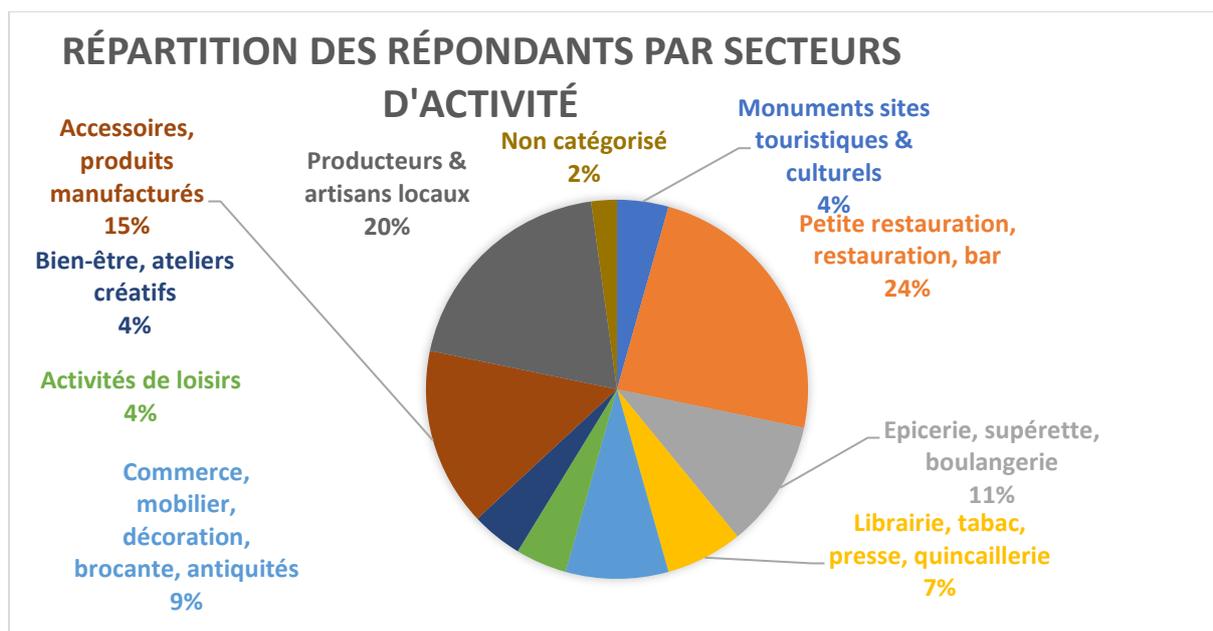
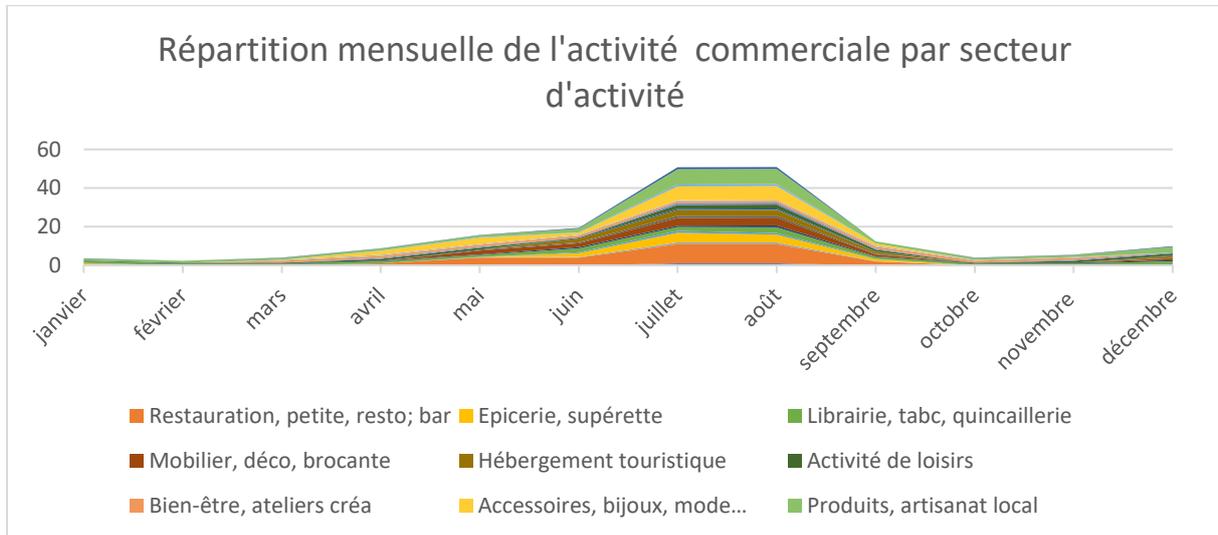


## Synthèse des enquêtes et entretiens AMI 2022

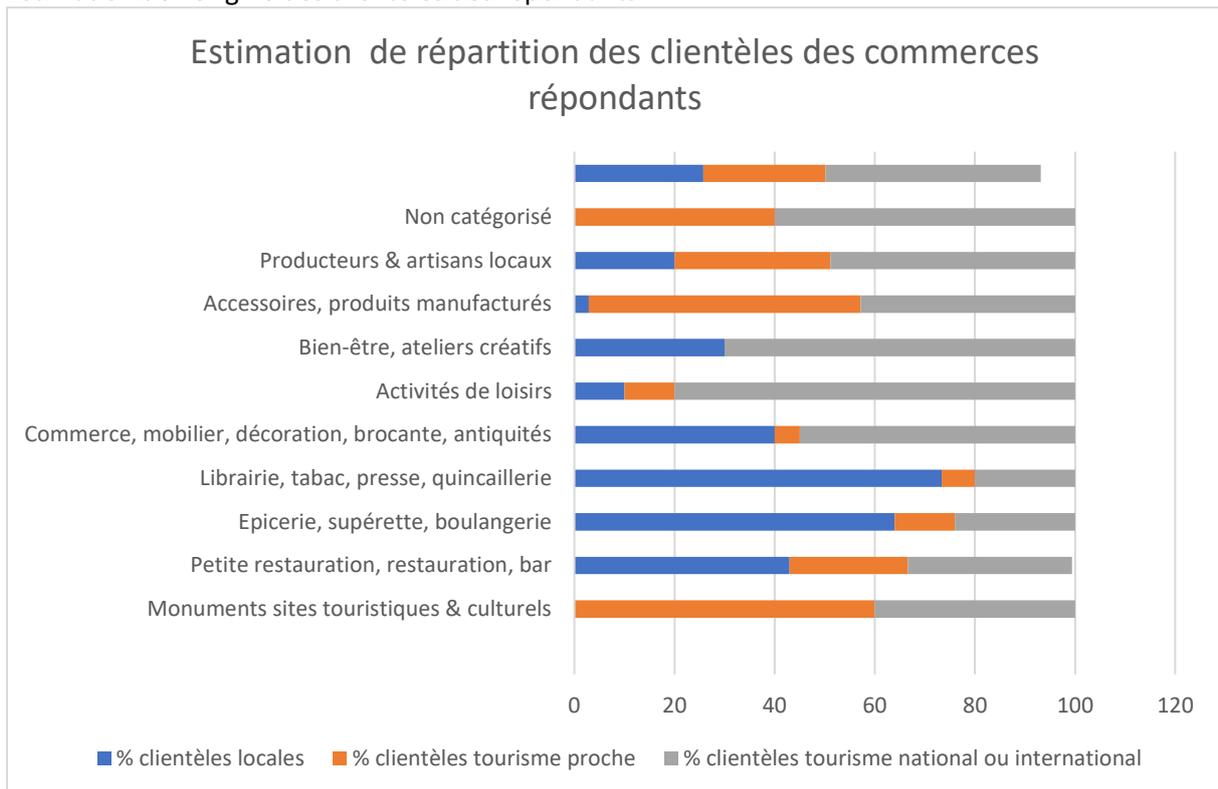
### a) Les enquêtes auprès des commerçants et prestataires

50 répondants répartis comme suit. Les résultats indiqués ci-dessous sont donc à relativiser au regard du volume de répondants au questionnaire. Les chiffres indiqués tendent cependant à donner quelques tendances.



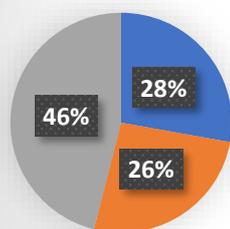


Estimation de l'origine des clientèles des répondants :



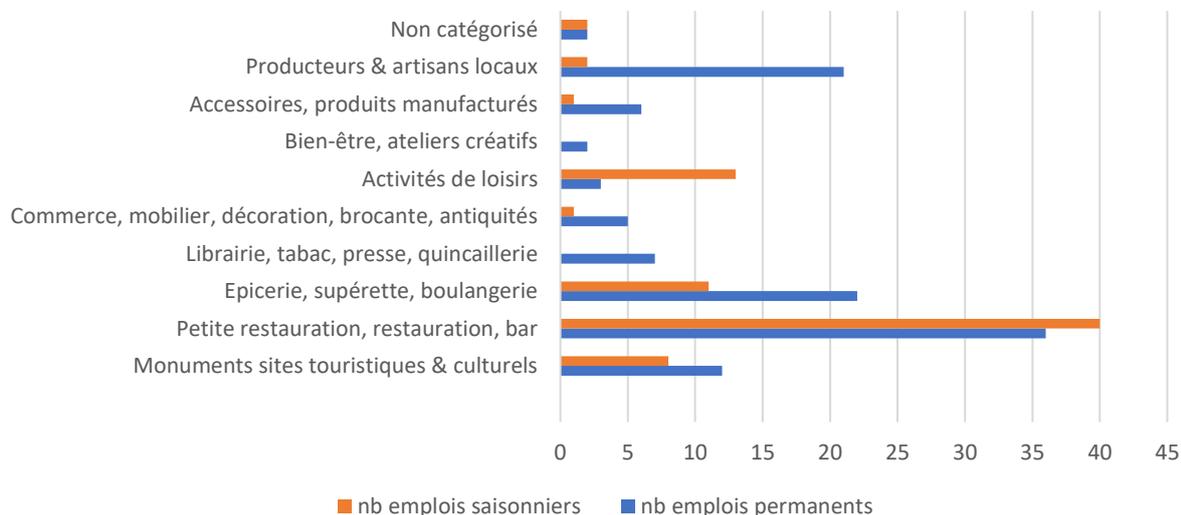
Répartition globalisée à l'ensemble des répondants :

## Répartition globalisée



Sur le volume des répondants, on enregistre un nombre 116 emplois permanents et 78 emplois saisonniers.

## Répartition du nombre d'emplois par secteur d'activité



Panier moyen des commerces et sites répondants :

Catégories d'activités	Panier moyen
Monuments sites touristiques & culturels	25
Petite restauration, restauration, bar	26,6
Epicerie, supérette, boulangerie	25,2
Librairie, tabac, presse, quincaillerie	20,4
Commerce, mobilier, décoration, brocante, antiquités	48,3
Activités de loisirs	30
Bien-être, ateliers créatifs	11,5
Accessoires, produits manufacturés	30,71
Producteurs & artisans locaux	29
Non catégorisé	11
<b>TOTAL</b>	<b>25,77</b>

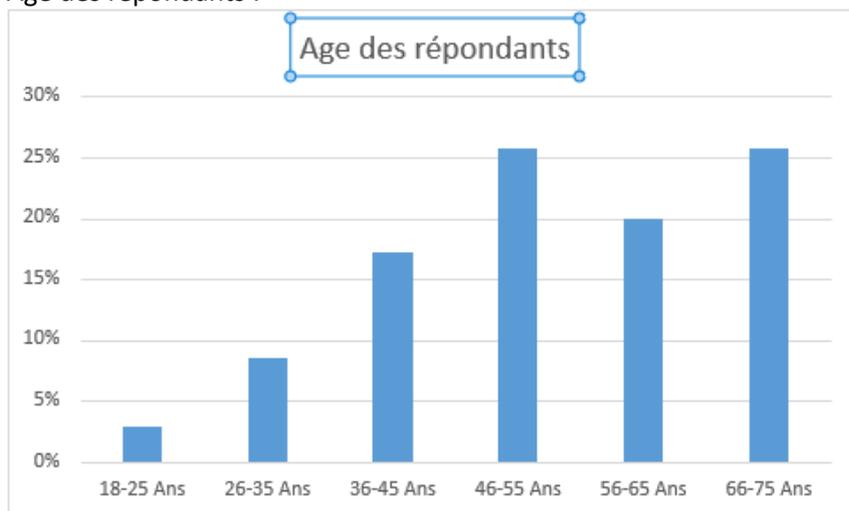
Le panier moyen des commerces constitue un outil d'évaluation des retombées économiques liées à l'activité touristique utile à analyser en vue d'en étudier l'évolution sur plusieurs années, à une périodicité fixe de 3 à 5 ans pour en extraire une évolution qualitative des publics attirés sur le territoire. Le volume de répondants devra également être augmenté pour tendre à plus de représentativité.

b) Les enquêtes auprès des touristes en séjour : 35 répondants

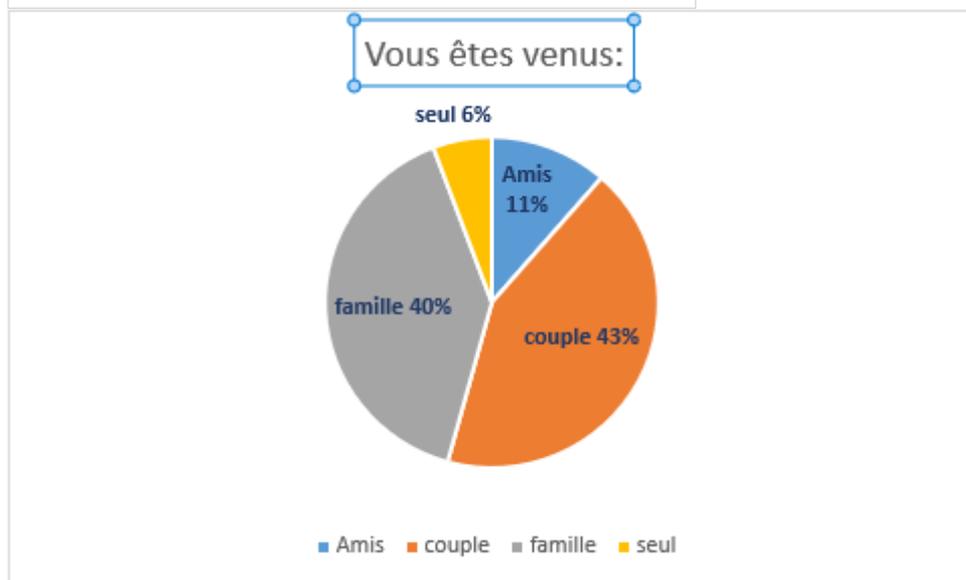
Origine des répondants :

Nouvelle Aquitaine	5
Occitanie	9
Île de France	4
Belgique	1
Rhône Alpes	2
Bretagne	3
Normandie	2
Centre Val de Loire	3
Hauts de France	2
Pays de la Loire	2
Grand Est	1
Bourgogne Franche Comté	1
Total	35

Age des répondants :

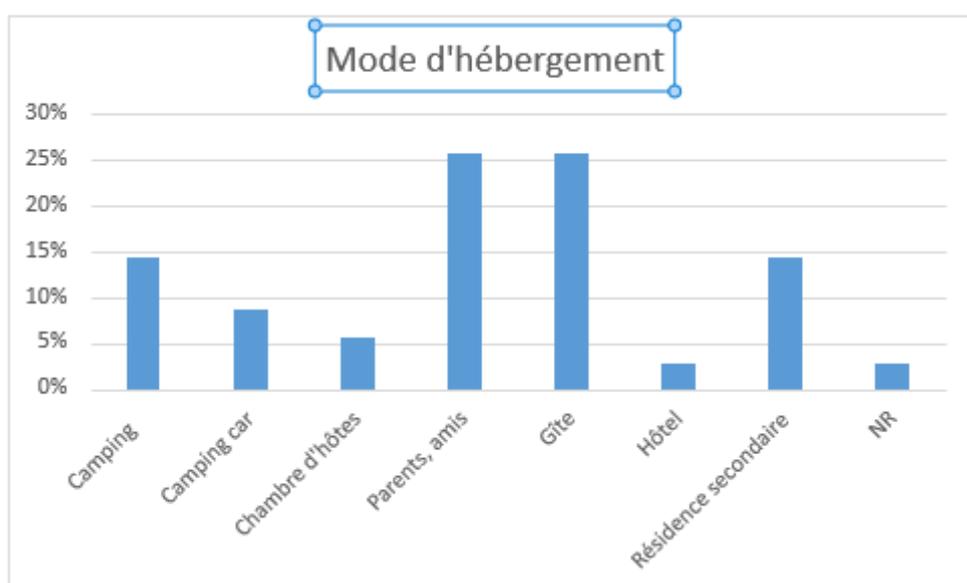
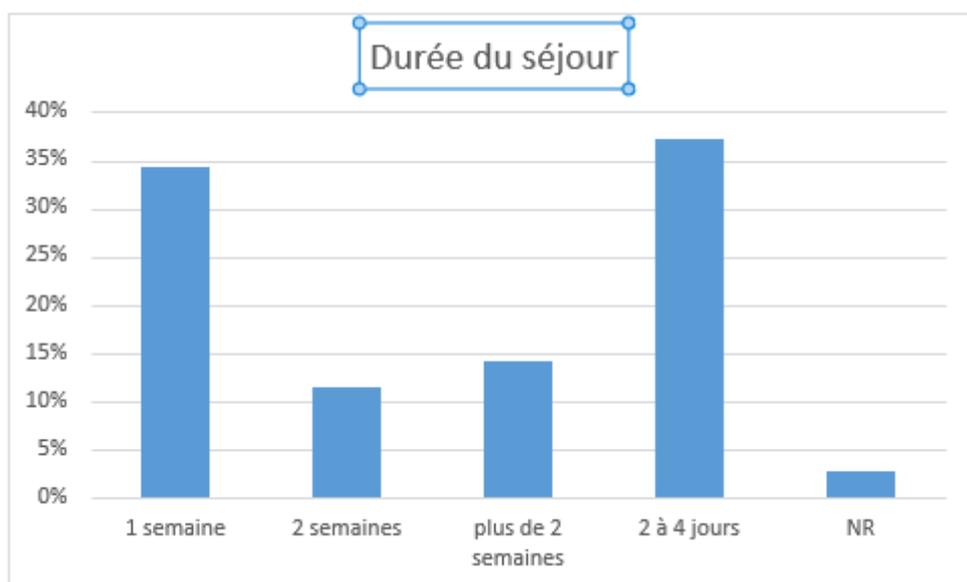


Catégories socio-professionnelles des répondants :



Votre commune de séjour	
Cestayrols	1
Arnac	1
Réalville	1
Montauban	1
Cahors	1
Varen	2
Laguépie	1
Bruniquel	1
Saint Antonin	15
Caylus	2
Gaillac	1
Ginals	1

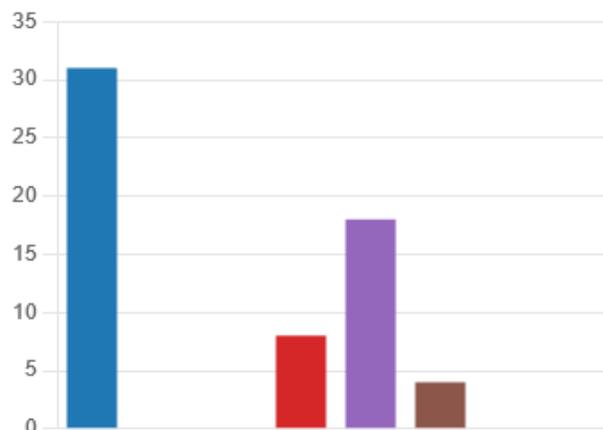
Itinérance	1
Parisot	3
Penne	1
Vaissac	1
NR	1



## 9. Au cours de votre séjour, quels modes de déplacement avez-vous privilégié ?

### [Plus de détails](#)

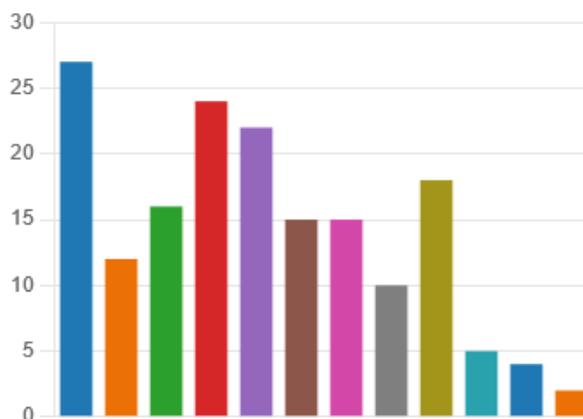
● Véhicule personnel	31
● Voiture de location	0
● Taxi	0
● Vélo	8
● A pieds	18
● VTT	4
● Vélo à Assistance Électrique	0
● Autre	0



## 10. Au cours de votre séjour, quelles activités avez-vous pratiqué ?

### [Plus de détails](#)

● Promenade	27
● Repos	12
● Baignade	16
● Marché	24
● Découverte de village(s)	22
● Découverte de site(s) naturel(s)	15
● Visite de monument (s), site(s) h...	15
● Descente en canoé	10
● Randonnée pédestre	18
● Circuit véloroute	5
● Circuit VTT	4
● Autre	2



A la question « En un mot, comment qualifieriez-vous le territoire sur lequel vous avez séjourné ? », quelques mots clés reviennent :

Authentique, Sec, Dépaysant, Accueillant, A préserver, Envie de revenir, **Varié, Atypique, Unique**, Sportif, Magnifique, reposant, sportif, Beau.

Niveaux de satisfaction moyenne au regard :

- 1) De la qualité paysagère et environnementale : 4.68/5
- 2) Signalétique, information, possibilités stationnement : 3.85/5
- 3) Rapport Qualité-Prix : 4.06/5
- 4) Offre culturelle, animations : 3.97/5
- 5) Qualité d'accueil, attente, occupation des sites : 4.24/5

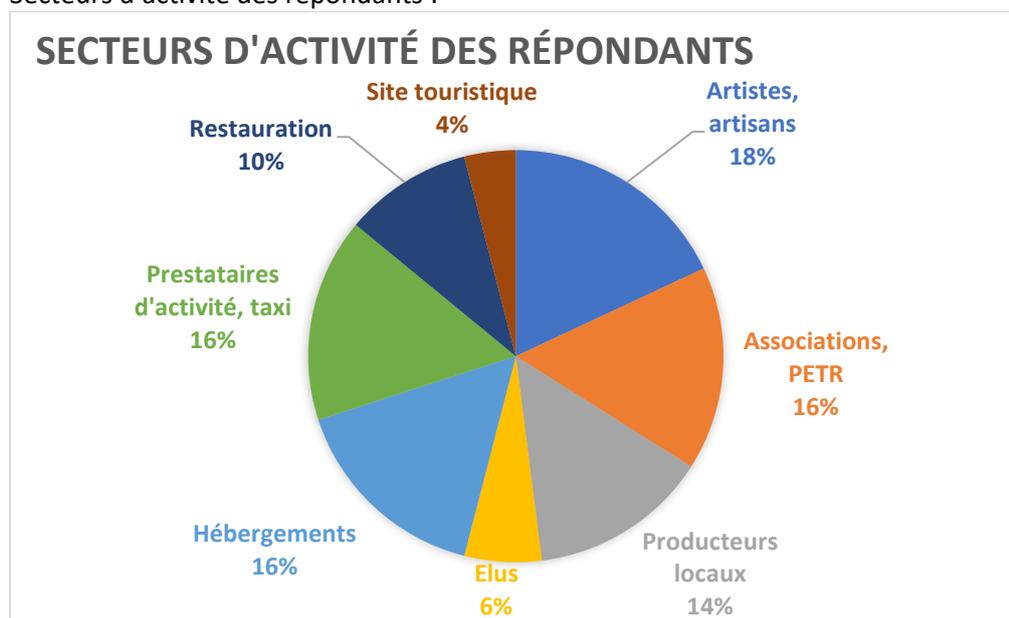
Quels services auraient pu améliorer votre séjour :

Transports en commun, accessibilité gares, location de bateaux pour promenade sur la rivière, balisage rando, prix trop élevés, pas d'information sur les parkings en ligne, manque de location de vélos, mettre à disposition des vélos à assistance électrique, hébergement insolite et bien-être, étoffer l'offre de restauration vegan et petites faims, pas assez d'endroits pour la baignade.

c) Les entretiens

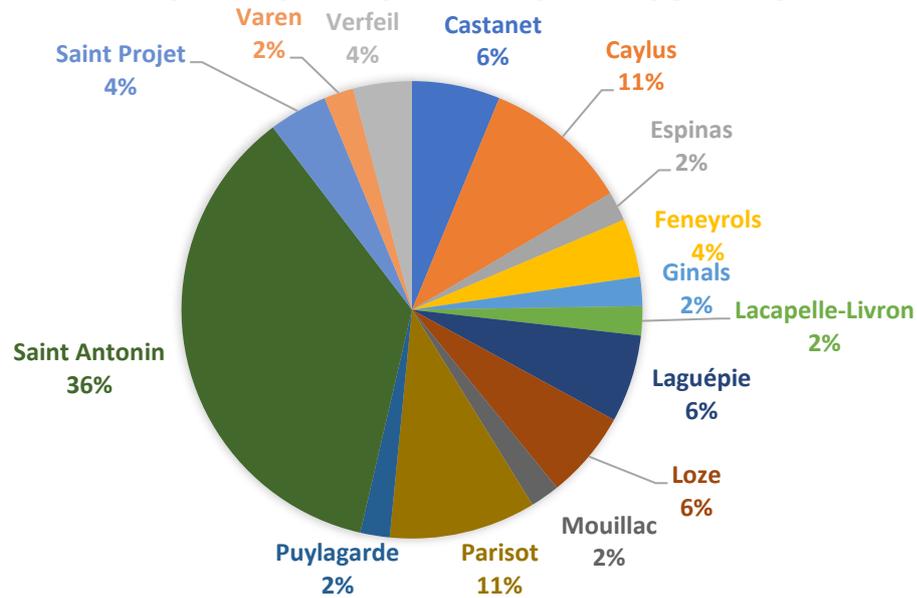
50 répondants aux entretiens.

Secteurs d'activité des répondants :



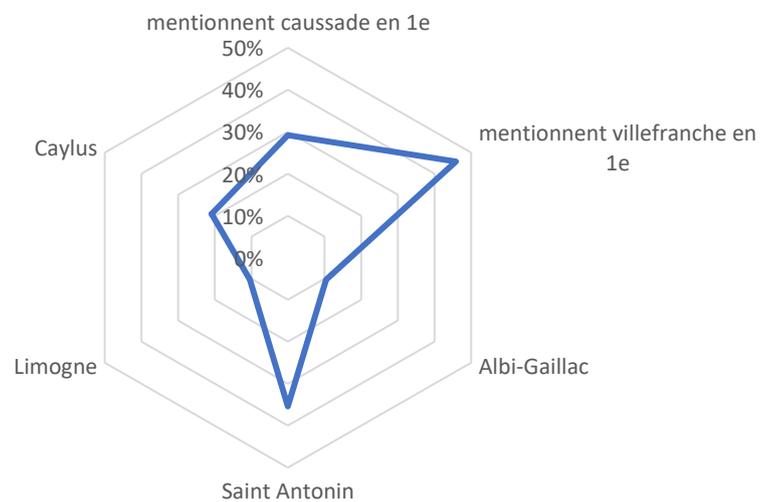
Répartition des répondants par commune :

## RÉPARTITION DES RÉPONDANTS PAR COMMUNE



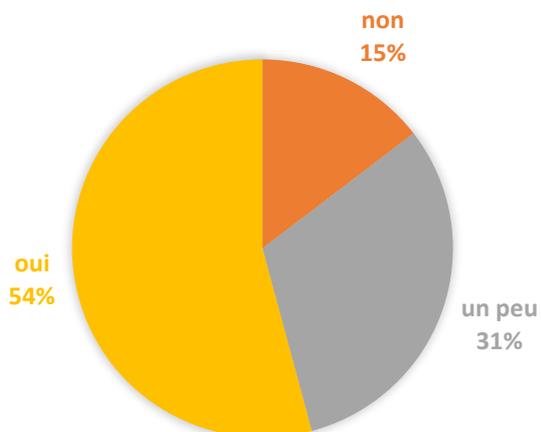
Les bassins de vie des répondants :

### Déplacements récurrents des répondants



Les répondants connaissent en majorité les limites du périmètre intercommunal :

## CONNAISSANCE DU TERRITOIRE

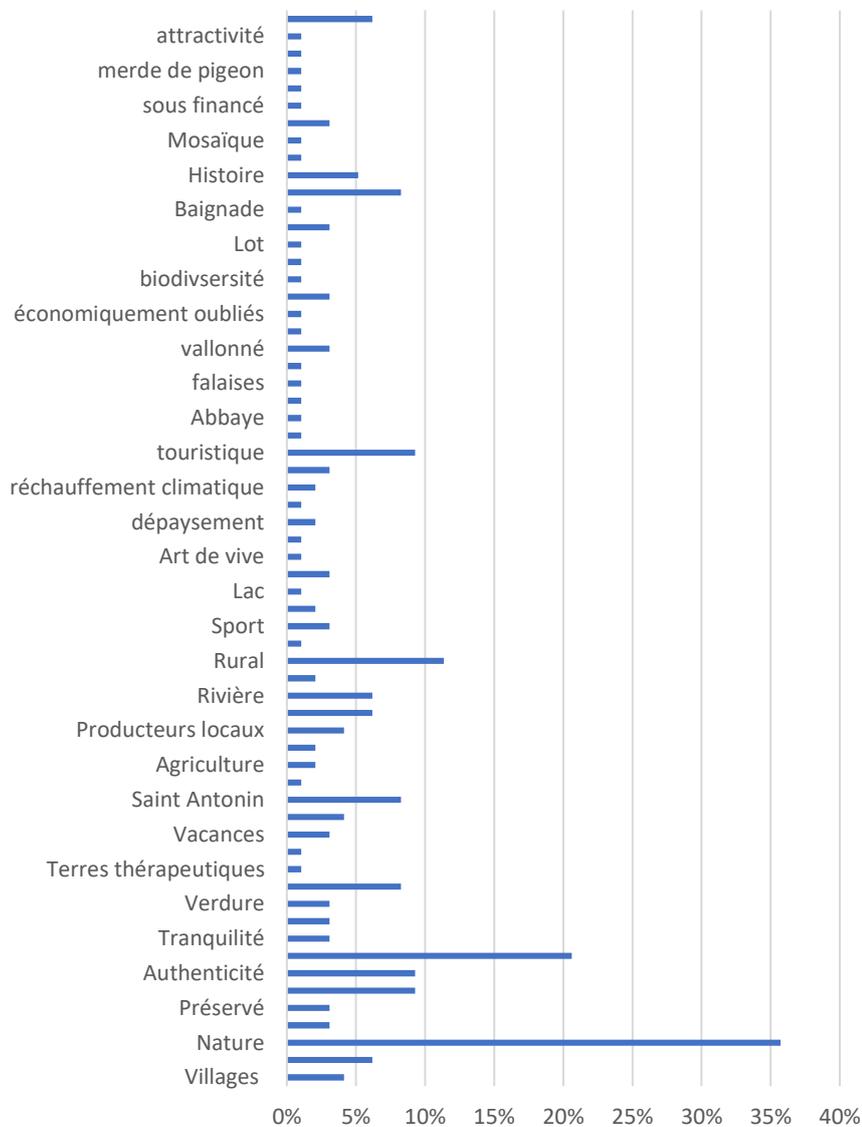


Les résultats qualitatifs de ces entretiens seront présentés ci-dessous en nuages de mots :

A la question « Si je vous parle du territoire, de ce qu'il évoque pour vous, donnez les trois premiers mots qui vous viennent » (98 répondants au total : commerçants, prestataires, associations, etc) :



## Les mots clefs



Population hétéroclite  
 Dépaysement sport Bien-être  
 proximité vie Tranquille produits Patrimoine médiéval  
 verdure vallonné Préservé Familial Qualité Art de Vivre Terres Thérapeutique  
 Tourisme patrimoine rivière villages médiévaux

Les éléments matériels et/ou immatériels emblématiques du territoire (50 répondants):



A quoi est liée la notoriété du territoire ? (50 répondants) :



\*Le terme de notoriété ici présenté est associé dans les réponses à une notion de manque, de déficit de notoriété

Comment le mettez-vous ou le mettriez-vous en valeur ? (50 répondants) :



\*Le terme de développement est associé dans les réponses à une notion de durabilité, et de rationalisation.

Que vous évoque l'entité « Gorges de l'Aveyron » ? (50 répondants) :



Que vous évoque l'entité « Causses du Quercy » ? (50 répondants) :



Que vous évoque l'entité « Collines du Rouergue » ? (50 répondants) :



Un souvenir, une anecdote à partager en lien avec l'une de ces entités paysagères ?

Les nombreuses discussions autour du Quercy et des Gorges de l'Aveyron

En arrivant sur le territoire pour faire de l'escalade, je suis tombé par hasard sur des sites qui n'étaient pas connus, j'avais l'impression d'être le premier à les découvrir, un peu comme un aventurier, de trouver des lieux, enfin, pas transformés par l'homme.

Etudiant à Toulouse St anto, Limogne, Cajarc, vélo dans les vallées, dures, et le causse plus apaisé plus agréable à traverser. Qqs décennies après, installation. Loze, exploitation à la vente, opportunité. Au bout du monde, Loze.

Etant native de Najac, bcp de souvenirs. Causses souvenir ti à l'arc. Rando à pieds ou équestre, attelage. Rafting, kayak, baignade dans les gorges.

Je suis né ici

Plein, j'y suis né

Arpenter la nature avec appareil photo pré vol nature au cours des saisons, biodiversité extraordinaire. Bien-vivre, gens sympas. Content d'être là.

Route entre St Anto et Septfonds, dépassement de lignes, puzzle géologique, bien emboîté.

Les causses : souvenirs de balades dans les causses, découvertes fortuites.

bcp de promenades au Roc d'Anglars, canoë. Beauté du village de Saint Antonin et Cordes sur Ciel frappante à la 1e visite, fait rêver, souvenir des hôtes qui voyait en costume. Nostalgique du temps passé.

Grandi à Cajarc, amis en visite trouvent ça joli

Bastides et causses.

Non

il y a 20 ans, longue balade à vélo

Réveil et coucher empli de lumières et de couleurs, de rencontres

souvenirs de balades & randos à pieds ou dans les airs en parapente. Quand on décolle depuis le roc d'Anglars, mi-chemin massif central et Pyrénées, parce qu'on aperçoit les neiges des deux massifs en hivers. Vol au-dessus des gorges, relief... départs de Montauban dérivent bcp vers les Gorges. QRGV vue du ciel est particulier.

bcp de canoë dans les gorges enfant, grottes.

la diversité des paysages, côté Aveyron.

Les balades autour du cirque de Bône.

Trop de souvenirs

La chaussure et son industrie. L'Ecole, et jeux à Laguépie, la baignade, balades à vélo. Fascination du train de nuit, qui allait de Toulouse à Paris, 22h30-23h, la balade pr aller voir passer le train couchette : c'était exotique. Il y avait le wagon postal rattaché. On voyait les gens de l'extérieur, les postiers et les gens qui allaient au lit.

Campagne très vivante. Fablab pr lien social. CPIE à côté, rucher école

Milieux prairiaux, pas besoin de cultiver, petites haies, Bonnette et Aveyron en toile de fond, paysages de carte postale.

Guinguette de la plage, martin pêcheur, héron

en venant de Caussade, descente à St Antonin, la vue sur l'Aveyron, paysage très marquant. En allant sur Parisot, arrivée sur le plateau, ou redescendant sur Caylus, paysages très beaux.

Trop

Fossés de Caylus, combat d'épée, A Dumas. Descente vers le lac de Labarthe par les jardins en terrasse. Commanderies templières, bâti ancien.

Découverte pr la 1e fois du Causse, un jour de pluie, moche mais paysage « magique ».

la gentillesse le partage, la liberté. Vie en grande ville pas la même, plus de tranquillité, vie plus simple.

Balades photos.

Roc d'Anglars, Deymié, causse, Capucins

Gorges Aveyron, vues de Penne, montée, hauteurs impressionnantes.

descente des Gorges, 1e fois : fun et rigolo. Causse, sentier d'interprétation avec plantes violettes.

Brousses, route de corniche, points de vue, bords de rivière.

Balades en vélo, les bois le long de la rivière.

Bcp d'écrivains, Thomas Merton (impassé porte son nom à St Antonin amitié avec Dalaï Lama), Bayrou, sensibilité et écrits touchants, pas assez exploités en ce moment.

Anecdote : après prise de poste, psge par St Antonin, matin arrêt, brume tapissant fond de vallée avec soleil, stop 10 min, et réflexion, bon augure pour prendre de poste. Paysage pousse à contemplation. Saisie de l'identité du lieu. Sentiment arrivée Beaulieu, St Antonin en fond de vallée : carte postale de campagne française idéale. Village français rêvé.

Canoë dans les Gorges, le Causse les randonnées, et le Rouergue tout ça en même temps. Châtaignes, huile de noix.

Comment percevez-vous l'avenir du territoire ?

La question suscite moins de retour que les autres (29 répondants). Elle met en exergue les inquiétudes liées à certains effets pervers du développement des fréquentations :

- Sensation de surfréquentation, d'approcher du « point de rupture »
- La nécessité de faire évoluer le modèle touristique local vers plus de résilience
- La peur d'une « disneylandisation » du territoire
- Des difficultés structurelles liées aux thématiques de mobilité, régulation de flux, de la location d'hébergements
- L'émergence d'une inquiétude liée à une inadaptation de l'offre de loisirs et des publics aux attentes du territoire

Mais aussi quelques notes positives :

- Renouveau des populations
- Des acteurs mobilisés et acquis au développement durable dans des secteurs d'activité variés

Besoin de fonctionner à l'année. 2 mois ne suffisent pas pour pérenniser les activités. Production étalée sur 10 mois. Touristes pas clientèle suffisamment ciblée.

Essor du télétravail, mais transports difficiles à satisfaire, le tourisme ne va pas changer de visage radicalement

Attention à ne pas transformer le territoire en un Disneyland du circuit médiéval et Nature, arriver à préserver l'authenticité

Nouveau Lubéron du Sud Ouest avec tgv Bressols. En même temps danger du rester entre soi. 1 :2 exploitations, en age arrêter, on fav pas installation nvx exploitants, annexion des espace connexes aux exploit existantes. Si arrêt ind avion, quelle activité sur le territoire pour compenser. Savoir comment sont reprises les exploitations. Pas bénéf aides europ.

plein développement, espoir de conserver côté nature, préserver les lieux tout en ayant balisage chemins. Développement positif. Plus d'entretien des chemins. Préserver et sensibiliser le public au maintien des berges. Contre la privatisation des berges.

bcp de travail, souci de nb de personnes, volumes vieillissants. Pas solliciter la pop de Laguépie 10 fois pr animer. Subventions pas suffisantes. Supports = bénévolat, jusqu'à autonomie des activités pour en proposer d'autres.

Je ne le perçois pas

l'éco devient de moins en moins touristiques, et on devra se débrouiller pr survivre localement. Donc les riverains doivent apporter au territoire, réguler les flux touristiques et leur impact sur la nature. Pas finir comme pointe de Brest dans années 1990 où ils ont dû tout interdire. Respect sentiers et contrer incendies. Gestion eau, déchets, cause tourisme. Eau de st anto a mauvais goût. Baisse de fréquentation.

revenir à du bon sens, convivialité et maillage, retrouver un sens commun du territoire, la bonne connaissance du territoire, appropriation de l'histoire du territoire. Petites merveilles à retrouver.

les fluctuations sanitaires et climatiques semblent engager les gens à une relocalisation de la consommation, ce qui est plutôt positif, mais il y a aussi beaucoup d'incertitude dans les activités. Début de l'accueil de touriste pour des visites à la ferme... 1e expérience positive.

marché gourmand Parisot, activité pour les touristes, mais aussi pour les habitants. Entrée payante. Politique limitée auprès des riverains. Chiens interdits... Enjeux du territoire, savoir rester humble. Bien cibler.

Trop de chambres d'hôtes pour le peu de clientèles qu'on va avoir : trop d'offres. Touristes ne vont pas revenir dans le secteur. Offre touristique trop tournée vers outdoor, donc les canicules ne seront pas favorables au développement de ces offres.

zone de plus en plus visitée, comment préserver notre territoire, intelligence dans la gestion de projet. Valeurs différentes sur le territoire, ne pas être dans le moule. Se servir des entreprises locales pour le valoriser.

De - en - de touristes

Espoir que les gens vont continuer à venir mais peur que le village devienne musée. Marché et fréquentation touristique font fuir les habitants

positivement, élus et habitants cherchent à préserver paysages et patrimoine, même longueur d'ondes. Nouvelles pop recherchent la tranquillité et nature, pas de contradiction fondamentale entre les deux.

multitude de personnes qui font vivre, pas d'épuisement des ressources humaines.

prise de conscience réalité terrain, réserves d'eau pour le système agricole

génère qqz emplois pour les producteurs locaux. Chaque producteur vient tenir une permanence. L'asso paye loyer à mairie, eau, reste revient au producteur.

Baisse de qualité de fréquentation sur le territoire, de nouveaux arrivants qui veulent imposer leurs vues au territoire.

espoir que le PAH amène autre chose que la rivière. Les fouilles de St Antonin à la place des moines pour développer une autre qualité de clientèle.

Attention au tout gratuit, meilleur positionnement en communication. Manque de respect des touristes envers les populations locales.

développement positif vers local, activités qui se font, le local, grpmnt achats citoyens, marchés potier. Bcp de nouveaux arrivants.

positivement, impression beaucoup attention à l'environnement, démarches plutôt positives liées au DD, bcp d'acteurs et interlocuteurs concernés.

Sec. Mais, bcp de choses qui font envie aux gens pr s'installer.

très mal pr alimentation territoriale, pérennité de nos fermes, installation jeunes agriculteurs trop compliquée (déclaratif, compréhension de la population, normes obligatoires, grillages obligatoires, incohérence des demandes, le regard des gens de certaines populations face aux nouvelles normes qui doivent être appliquées qui font ressembler les agri à des industriels). Faut pas que ça sente.

Avenir prometteur, demande en hausse depuis la crise de plus de verdure, territoire est préservé, car les gens iront moins à l'étranger. Territoire d'avenir en termes d'attractivité. Pbtique du réchauffement climatique, Parisot, plus d'eau, risque d'impacts sur l'attractivité.

espoir que qq part des gens qui pensent, territoire stratégie court termiste, en vrac, pas anticipé. Peu de réflexion sur la gestion des circulations, parking relais. Succès de st Antonin est que c'est un lieu vivant dont prendre soin.

positif, plein de gens qui s'installent, apporte un renouvellement.

Les forces et faiblesses du territoire (50 répondants):

Des retours variés et des positionnements contrastés, mais qui, dans l'ensemble, mettent en avant un territoire disposant d'atouts majeurs : un cadre de vie et des paysages uniques dont la singularité et la diversité constituent deux grands axes d'attractivité. Le renouvellement des populations peut également constituer un point fort pour certains répondants, de même qu'une activité touristique qui soutient aujourd'hui le tissu économique local. La présence d'un tissu agricole actif hors monoculture ou agriculture extensive, ainsi que d'un tissu artisanal présent sont des facteurs porteurs de développement raisonné.

Cependant, les réponses des enquêtés convergent également sur certains facteurs porteurs de difficultés et d'inquiétudes potentielles, notamment l'enclavement du territoire et le déficit de transports en commun, le manque de mise en valeur de certains centres bourgs, une signalétique parfois manquante, notamment pour signaler la présence de parkings. D'autres retours mentionnent une tension immobilière et locative qui tend à devenir un point bloquant pour l'accueil de nouvelles populations.

D'autres répondants mentionnent un déficit de mise en valeur, ainsi qu'un défaut dans le ciblage et la communication touristique réalisée pour le territoire. Une inquiétude persiste au sujet de la capacité d'adaptation de l'offre du territoire au regard du changement climatique, les activités outdoor et canoé pouvant nécessiter des adaptations variées. Un rééquilibrage de la promotion touristique pourrait ainsi être pensé à destination d'un public plus sensible à une offre culturelle. En outre, subsiste pour beaucoup l'appréhension d'une sur fréquentation, notamment sur la commune de Saint Antonin Noble Val et les gorges de l'Aveyron en pleine saison.

Certains répondants mentionnent également la nécessité de prendre le virage numérique et de travailler à une meilleure régulation des flux touristiques à l'échelle du périmètre intercommunal et entre sites.

Les actions déployées ou qui pourraient être déployées ? (48 répondants) :

Les réponses à cette question sont très variées et portent sur des thèmes variés, qui confortent cependant le choix des thèmes à travailler dans le cadre d'un futur schéma d'orientations touristiques : les mobilités partagées à vélo, une meilleure sensibilisation des publics touristiques via une communication porteuse de sens et de valeurs, partagée par l'ensemble des acteurs de la promotion touristique territoriale, intégrer la dimension numérique à l'accueil des populations et dans l'accompagnement des professionnels du Tourisme, re-travailler l'offre de séjours en revalorisant l'offre de productions ainsi que les savoir-faire locaux, mais aussi les habitants.

Aider à l'installation jeunes agri, bcp de demandes, à cause du prix du foncier, et blocage syndical, 9 fois sur 10, les terres libérées partent agrandir des exploitations existantes. Fermes trop grandes et couteuses, moins d'entreprises et moins de populations

Faire un musée à la maison Muratet, plus de volontarisme pour le maintien des services mais sans être dans des actions très visibles.

Les redondances administratives peuvent mettre à mal les projets ou l'éco de ceux qui la pratiquent. Le temps long (pour mettre en place l'espo vente à l'OTI par ex) affecte la motivation des acteurs.

Sensibilisation aux diversif touristiques. Changer mentalités jeunes. Reprise activités, ne bougent pas et cultivent entre soi. Formations, à l'innovation. Ouverture d'esprit. Dvper autonomie.

WE à thèmes par ex, en ½ saison. A Parisot, 4 ou 5 mobil homes chauffés. Meilleure répartition sur l'année des flux touristiques. Pérenniser les exploitations. Chèques vacances sont de – en – pris sur le territoire. Remettre en avant cette action pour les prestataires volontaires, ainsi que Famille+. Gens utilisent en prio internet et bouche à oreilles, surtout limiter les flyers. Orienter la com sur internet. Alimenter plus les sites internet pr préserver l'environnement.

Les gens sont friands de circuits à thème : 10 à 15 circuits : dynamique territoriale. En période creuse. Circuits arts : Soulages, Toulouse-Lautrec, Beaulieu-en Rouergue.

Développement durable, décroissance doit être adoptée. Via ferrata faite pour préserver les oiseaux, mais en incohérence, hypocrisie ; protection et développement restent incompatibles.

Stockage eaux de pluie, pr préserver les cultures au vu des sècheresses à venir, plantes à ombre, agroforesterie pr moins dépenser de gasoil par les tracteurs.

La Culture au sens large, connaissance des uns et des autres, tissage entre ruralités, industries, arrivants du monde entier, arriver à fonctionner dans le même sens. Patrimoine occitan, peut servir de lieu de rencontre entre nouveaux et anciens habitants.

Plus de planification et d'anticipation des mutations à venir dans l'action publique locale. Mettre en place des pistes cyclables pour valoriser les mobilités à vélo, c'est l'avenir.

Sentier botanique. Faire connaître le territoire. Communication. Passe bcp par les réseaux sociaux. Retombées significatives via les réseaux.

Sensibilisation aux économies d'eau, recyclage, moins acheter de neuf, être plus propre, meilleure gestion des déchets. Plus d'événements médiévaux, pour attirer le touriste, en lien avec St Antonin. Marchés médiévaux, faire travailler plus les locaux. Faire travailler les artisans. Anciens métiers.

/

locatif à l'année plutôt qu'en saison uniquement

Faire participer tous les acteurs. Connaître les difficultés des agriculteurs en saison touristique. Rentabilité moindre pour petites exploitations. Dégager un salaire n'est pas possible

Communication web, tarifs attractifs
Maison médicale, accueillir des médecins
Faire participer les gens
Nature, miser dessus sports de Nature, tourisme plus respectueux, et éduqué. Certains grpes aujourd'hui qui consomment du paysage et qui repart aussitôt, en laissant des traces, du bruit. Attention à ne pas faire fuir les habitants.
Toujours en recherche de prod locaux, projet PETR centre lavage de bouteilles.
Aménagement, respect du village et de ses structures. Adapter le développement au site et rester à taille adaptée.
Ne pas tout miser sur la rivière, question de pérennité des activités canoë
/
Communiquer, développer des événements sur la Culture, le Patrimoine, attirer une population plus éclairée. Le portage associatif de l'événementiel épuise les personnes ressources locales, sans renouvellement des forces vives derrière. Les nouveaux arrivants ne s'impliquent pas dans le tissu associatif, mais veulent « faire la leçon aux décideurs ».
De nombreux troubadours et écrivains ont raconté le territoire, à exploiter plus. Recherche un tourisme plus qualitatif. Accueillir des exposants plus qualitatifs et locaux sur les marchés, pour enrayer cette image de made in china sur marché nocturne. Les visites nocturnes de l'OTI se faisaient avec bcp de bénévoles, mais l'OTI n'a plus les mêmes moyens pour réaliser ce genre de choses.
Vigilance : élus, forces de police, propriétaires fonciers. Meilleure communication. Projet photos anciennes pr rematérialiser les anciennes enseignes à Laguépie. Exposition sur les anciennes industries à Laguépie à partir d'anciens objets. A v dans les locaux. Urban Sketchers, population intéressante.
Financement d'initiatives citoyennes, comme guinguette près lac de Caylus. Vente à 18 km maximum, 40% de résidences 2ndaires. Communication sur de l'événementiel pourquoi pas.
gestion de déchets, minimum de ramassage.
Gens qui s'installent en termes d'entreprises, voir si ça correspond à ce que le territoire : éviter le Mcdo à St Antonin.
(OTI : plus d'anticipation dans les actions de soutien aux nouveaux, accompagnement +). Mettre l'accent plus sur le tourisme et sans fermer le lundi, ou ouverture sans communiquer. Aides pour les boutiques, faire qqch pour le lac, aménagements pour lieu de baignade et attirer plus de monde : location de barques. Développer le marché de Caylus.
+ de relations entre producteurs et territoire. Peu de communication
Accueil des nouveaux arrivants par l'OTI, car les toutes petites communes ne le font pas forcément. Améliorer diffusion de l'info. Orienter le territoire sur la ressource en eau. Les gens restent dans la piscine une fois arrivés au château. Pas bcp de zones de baignade. Ralentir. Harmoniser les bonnes pratiques dans les hébergements, charte. Intégrer la carte télétravail : connectivité internet, fibre, très bon argument, restauration, livraison dans le cadre de cette nouvelle offre. Drive paysans du coin...
Meilleure communication sur les événements. Ateliers numériques pour les acteurs, meilleure pédagogie sur les outils à déployer.
Augmentation budget OTI, initiatives + mairies
Vélo école sur St Anto pour permettre aux habitants de se déplacer sur le territoire (demandes des locataires), location au séjour plus qu'à la journée. Fonctionnement dissocié habitant/ touriste, avec système d'abonnement pour les habitants, prendre des cours de code. Développer le vélo en zone rurale. Le territoire dort sur son matelas touristique.

Communiquer autour des richesses comme ça commence à se faire à l'OTI, arriver à mieux communiquer sur l'offre locale. 20% de clientèle qui ne connaît pas la brasserie. Marché gourmand été, manque de soutien aux actions locales de la part des municipalités. Travail sur le long terme.

Taxe d'1€ par descendeur canoé pour participer à préservation du lieu.

/

Déjà pas mal d'actions – plus de communications voudrait dire aussi village saturé

Capter les clientèles touristiques juillet-août, résidences secondaires, pour retombées sur le territoire. Clientèle anglophone, OTI caisse de résonance des actions locales.

Offres pour les jeunes à proposer pour les faire venir sur le territoire.

pôle pleine nature pas juste investissement, animation des acteurs. Projet animations air, fédé sportives étaient plus impliquées, comme le triathlon, plus sportif, en lien avec la santé. Transition énergétique doit être ouverte à multi-acteurs : commerces, artisans... louer des vélos.

Société part dans tous sens : répondre à la question de savoir comment on veut vivre ? Les instances doivent y répondre.

Attractivité pour les jeunes. Résidences secondaires vides.

Entretien chemins, apporter une attractivité sur le territoire. Rappel de l'occitan. [avqr.asso@orange.fr](mailto:avqr.asso@orange.fr)

Changement de cibles. Plus de sens à la communication touristique

accompagnement CCI pr meilleure analyse de viabilité des démarches. Cces ouverts sur des niches de public, est-ce lié aux nouvelles populations.

Déployer des services numériques.